

**令和5年度グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策事業(GFPコミュニティ構築支援加速化委託事業・地方版)**

事業報告書 | 概要公開版

# 目次

<b>事業実施概要</b>	<b>3</b>
背景・目的	4
事業概要と実施スケジュール	5
Webアンケート調査から一連の事業者支援の実績	7
<b>事業実施報告</b>	<b>8</b>
(1) GFP登録者のフォローアップ業務	8
① GFP登録者へのWebアンケート等調査	9
② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ	21
(2) 支援メニューの実行	31
① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営	32
② 輸出専門人材によるサポート業務手配	41
③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携	65
(3) 総括の実施	76

# 事業実施概要

# 背景・目的と実施方針

輸出にチャレンジする事業者を他省庁や都道府県等と連携しながら後押しする。事業者の輸出経験・規模に応じて現場に密着したきめ細やかな伴走型の支援等を通じ、輸出に向けた取組内容や目標を具体化し支援する

## 背景

- 農林水産物・食品の輸出額目標：2025年2兆円、2030年5兆円
- GFPコミュニティサイトの登録者数は10,000名目前
- グローバル産地づくり推進事業で90産地以上が採択、GFPフラッグシップ輸出産地の形成も進展
- 2018年のGFP発足から5年を迎え、2023年12月25日に輸出拡大実行戦略が改訂
  - 多様化する輸出事業者のレベルに応じたサポートの必要性
  - 新たに輸出事業に取り組む輸出スタートアップ事業者のさらなる増加
  - 農政局段階における輸出コンサル等と連携した掘り起こし活動や輸出スタートアップ事業者へのきめ細かなサポート
  - 輸出産地の形成に向けたセミナーや交流会の開催等

## 目的

- 地方GFPの目的
  - 輸出にチャレンジする事業者を他省庁や都道府県等と連携しながら後押し
  - 事業者の輸出経験・規模に応じて現場に密着したきめ細やかな伴走型の支援等を実施
  - 輸出に向けた取組内容や目標を具体化支援
- そのために、産地形成や事業者と密接にかかわる地方レベルの支援において、各農政局と連携し、  
①GFP登録事業者及び地域の課題やニーズ把握した上で②実効性の高い取組を実行していく

# 事業概要

GFP登録事業者及び地域の課題やニーズを把握した上で、実効性ある取組を推進。  
農政局が企画・検討するイベントや輸出専門家支援、伴走支援等、きめ細かな支援を農政局と連携し推進

## ①GFP登録者の輸出課題や支援ニーズ分析

## ②農政局が企画するイベントや輸出専門人材支援、伴走支援等のサポート

### 主な業務

GFP登録者の課題やニーズ分析  
(GFP登録者Webアンケート調査)

### 個別フォローアップの実施

(GFP登録者Webアンケート調査で「個別支援を希望した事業者向けフォローアップ」、うち輸出実績がなくこれから輸出へ取り組む事業者向け「入門編セミナー」)

### 輸出専門人材支援

(GFP登録者Webアンケート調査で輸出専門家による支援を希望した事業者向け「専門家セミナー」、「個別相談会」、「輸出専門人材リストの充実」)

### プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

(GFP登録者Webアンケート調査で人材支援を希望した事業者向け「人材支援セミナー」、プロ人材戦略拠点連携)

### 農政局毎のイベント企画・運営

(各農政局が企画するイベントの具体化・運営)

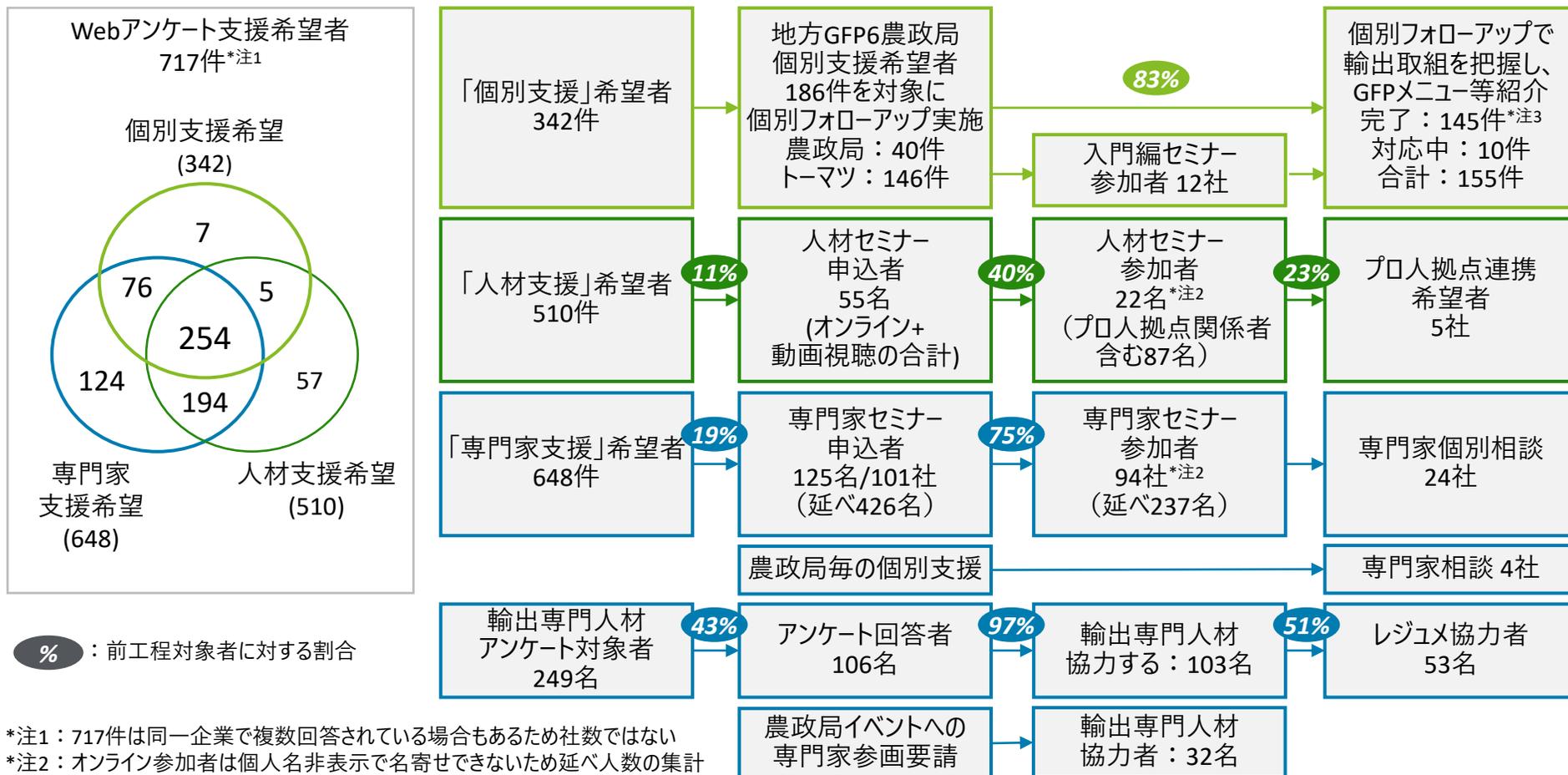
# 実施スケジュール

各農政局が企画する事業者掘り起し等につながるイベント企画・運営を先行して実施し、GFP登録者アンケート調査結果を受けた個別支援フォローアップ及び各セミナー並びに個別相談会をを12月以降推進

主な業務	令和6年						令和7年			
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
定例ミーティング	Kickoff 7/3 本省進捗ミーティング	アンケート調査 実施前確認		調査結果を踏まえた フォロー方針検討			進捗報告 事業報告骨子検討	最終事前報告 事業報告	最終報告	
<b>農政局横断の取組</b>										
GFP登録者アンケート調査	合同 説明会 7/11	アンケート調査設計	アンケート調査実施	支援希望者のフォロー アップ方法具体化	合同 説明会 11/8					
個別支援フォローアップ					フォローアップ準備	個別支援希望者中心にフォローアップ				
入門編セミナー					講師調整・内容決定	募集・申込管理	12/23			
人材支援セミナー・プロ人材 拠点への連携					講師調整・内容決定	募集・申込管理	1/20	プロ人材拠点への連携		
輸出専門人材支援 (セミナー・個別相談会)					講師調整・内容決定	募集・申込管理	1/23	1/31	2/17	
輸出専門人材リスト充実				ビジネスパートナー リスト確認・企画	輸出専門人材 アンケート実施	リスト充実化	2/12, 2/18	説明会	→レジュメ整備	
<b>各農政局主体の取組の支援</b>										
事業者掘り起し・伴走支援 につながるイベント等の運営	属性分析・イベント企画 (対象・テーマ・方法検討)		各農政局が企画するイベントの設計・運営・フォローアップ (各農政局実施報告書参照)							
輸出専門人材支援	輸出専門人材の手配業務を実施 (アドホック対応)									
<b>事業報告の取りまとめ</b>										
実施内容の総括と今後の 検討								事業報告書の取りまとめ		

# Webアンケート調査から一連の事業者支援の実績

Webアンケート調査で把握した支援希望者に対し、「個別支援フォローアップ」は、約8割の155社へのコンタクトを行い輸出の現状と課題を把握しGFPメニュー等を紹介し、今後の伴走型支援の掘り起しを行った。「人材支援」は、セミナー申込率11%・参加率40%となりプロ人拠点利用意向者は5社となった。「専門家支援」は、セミナー申込率19%・参加率75%となり、専門家との個別相談は24社となった。専門家セミナーとは別に農政局経由で専門家派遣を4社実施した。加えて、今後の専門家派遣を見据えた輸出専門人材リスト化の取組は135名のリスト化を行い、うち53名には専門家のレジュメ作成を頂いた。



\*注1：717件は同一企業で複数回答されている場合もあるため社数ではない

\*注2：オンライン参加者は個人名非表示で名寄せできないため延べ人数の集計

\*注3：145件には連絡がつかない事業者等の中断は含まない

# 事業実施報告

## (1) GFP登録者のフォローアップ業務

- ① GFP登録者へのWebアンケート等調査
- ② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ

## (2) 支援メニューの実行

- ① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営
- ② 輸出専門人材によるサポート業務手配
- ③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

## (3) 総括の実施

# GFP登録者のWebアンケート調査実施概要

GFP登録者のうち生産者を中心にWebアンケート調査を実施し、事業者の輸出課題の把握及びGFP支援ニーズの把握を行った

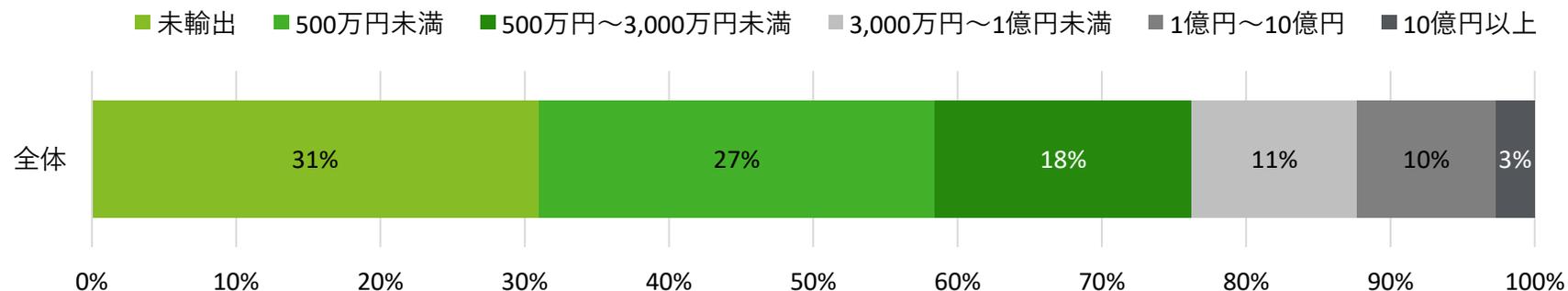
- 目的：
    - GFPによる支援を希望する事業者を明らかにする（支援希望者へのフォローアップ業務を推進する）
    - GFP登録者の輸出状況や輸出課題を明らかにし、各農政局を中心とした事業者支援への示唆を抽出する
  - 回答期間：2024年9月4日～9月27日
  - 配布数：4,559（GFP新規登録時に「生産者・加工食品製造事業者」を選択した事業者が対象）
  - 回答数：1,809（回答率：40%）
  - 質問票
    - 「輸出診断を実施したことの無い事業者」と、「輸出診断を実施したことのある事業者」に分けて質問票を発出
- ※Webアンケート調査結果の報告のAppendixにアンケート設問表を記載

# 回答者の輸出状況 | 輸出規模・輸出品目

未輸出の事業者が31%、輸出規模500万円未満を含めると58%、輸出規模3,000万円未満を含めると76%、輸出品目\*注は、加工食品(酒類・その他\*注を含む)は46%となっている

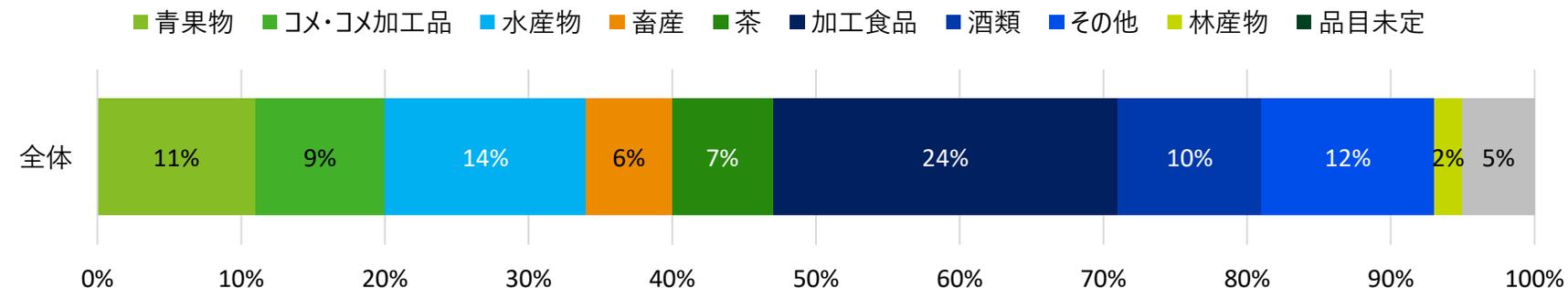
## 回答者の輸出規模

(n=1,809)



## 回答者の輸出品目

(n=1,809)

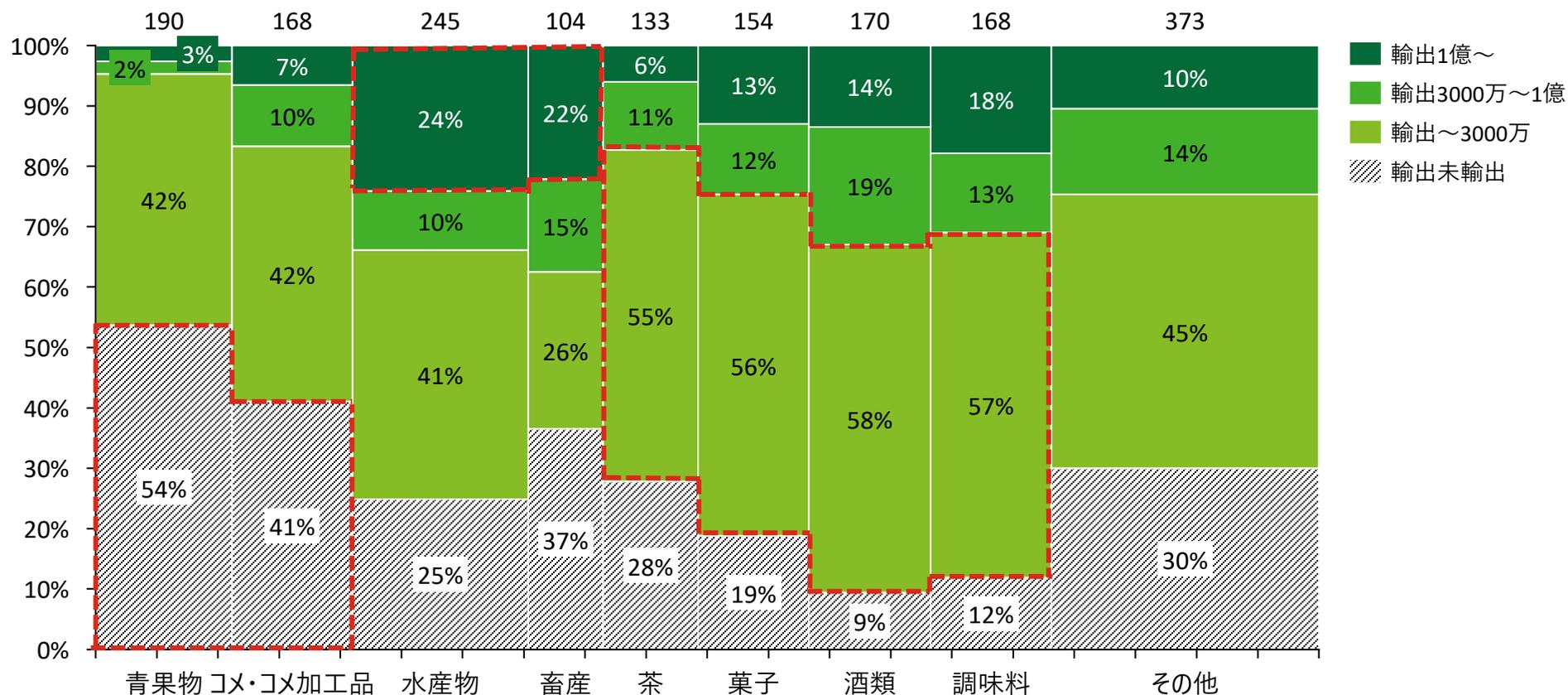


注：輸出品目は、輸出実績ない事業者については想定輸出品目を聞いている。「その他」と回答した223件のうち83%は加工食品（冷凍食品、こんにやく、レトルト食品、野菜加工品等）

# 品目別・規模別：品目別事業者割合

品目ごとに事業者セグメントの特徴があり、品目単位での規模別の課題把握が必要となる

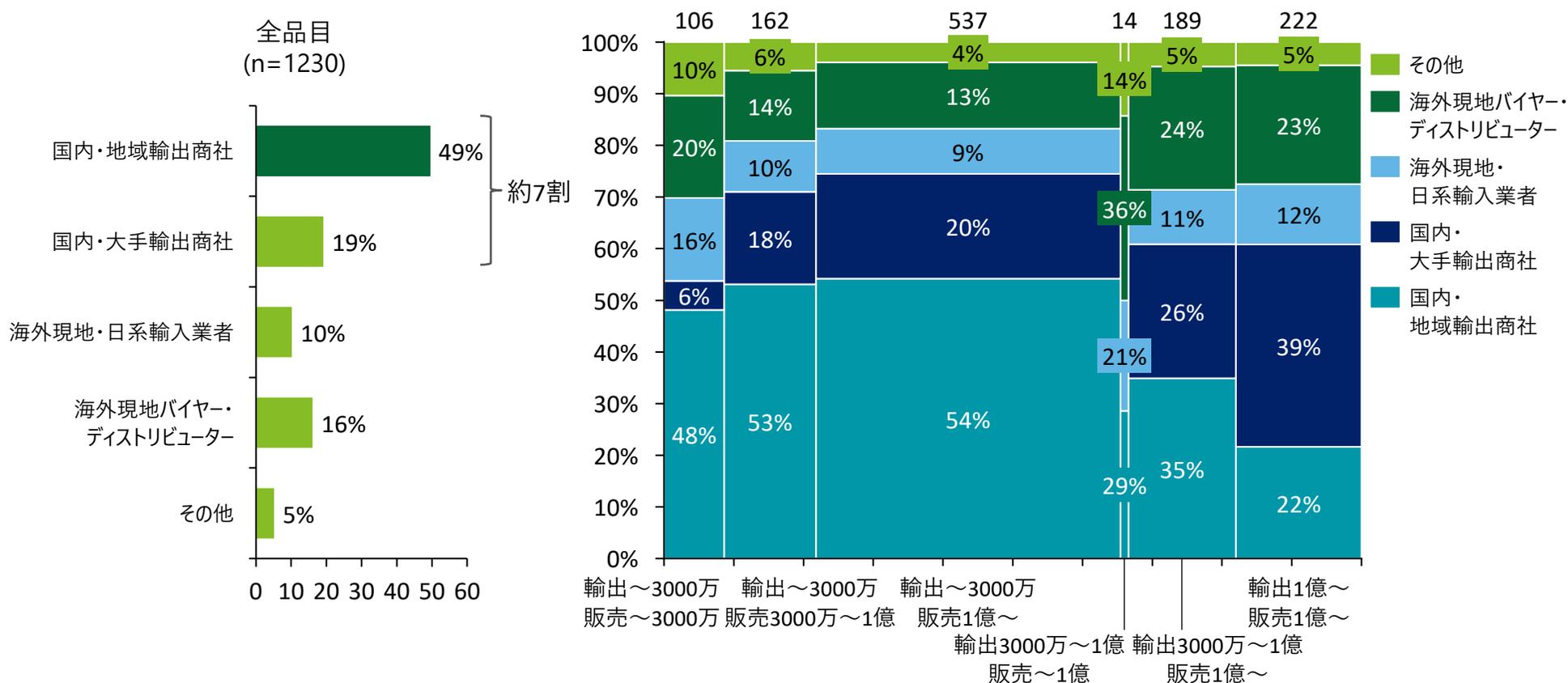
- 青果物、コメ・コメ加工品は未輸出事業者及び小規模輸出事業者の割合が高い
- 水産物、畜産は大規模輸出事業者の割合が高い
- 茶、菓子、酒類、調味料は小規模輸出事業者の割合が高い



# 品目別・規模別：規模別輸出チャネル

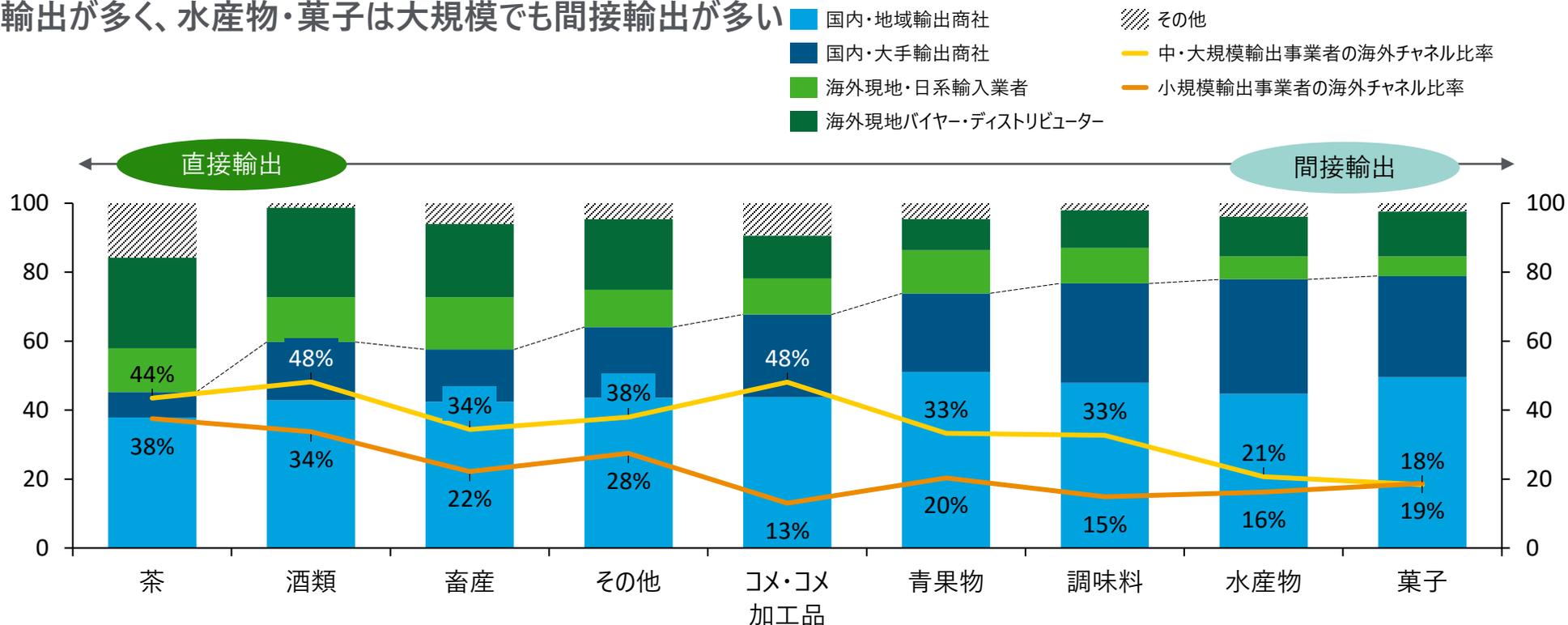
小規模輸出事業者は国内地域商社が中心であるが、規模が大きくなるにつれ国内大手商社や海外現地商流が拡大する傾向にある

- 全体として国内商社経由の輸出が約7割程度を占める
- 小規模輸出事業者は国内地域商社が中心であるが、規模が大きくなるにつれ国内大手商社や海外現地商流が拡大する傾向にある



# 品目別・規模別：品目別輸出チャンネル

多くの品目において輸出規模が大きくなると間接から直接へ移行する傾向にあるが、茶・酒類は小規模でも直接輸出が多く、水産物・菓子は大規模でも間接輸出が多い



- 小規模輸出事業者でも海外との直接やり取りが多い
- 小規模事業者が多く、輸出人材の確保が重要となる

- 輸出規模拡大に応じて間接から直接へ拡大
- 小規模から中・大規模への拡大に向けては、直接海外バイヤーなどとの商談機会を構築するとともに、大口での生産体制の強化が重要となる

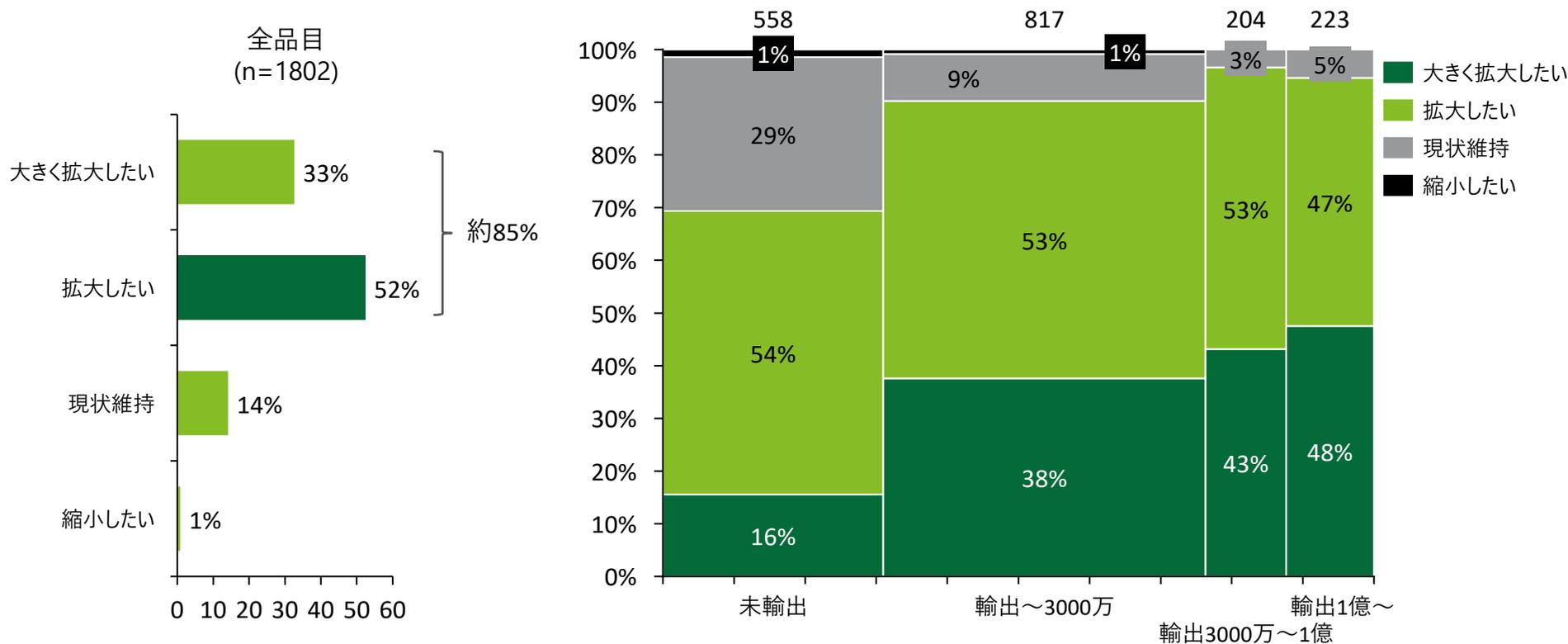
- 大規模輸出事業者でも国内商社経由の輸出が多い
- 商社との関係を強化した海外販路拡大を行うことが重要となる

※海外チャンネル比率は海外現地・日系輸入業者、海外現地バイヤー・ディストリビューターを含む

## 品目別・規模別：規模別拡大意向

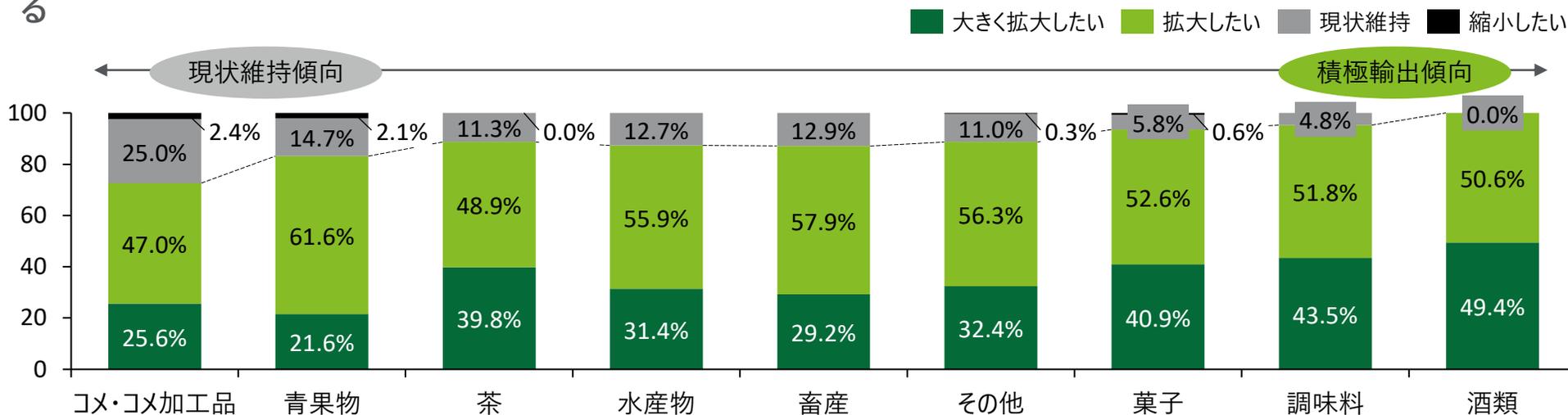
全体的に輸出拡大の意向が高いが、輸出熟度が上がるほど輸出意向が強まる傾向にあり  
未輸出事業者の約3割が縮小または現状維持との意向

- 全体としては約85%以上が輸出拡大の意向を示している
- 未輸出事業者ほど現状維持の割合が高く、未輸出事業者の底上げにむけて輸出への取り組み意欲を向上させる施策も必要



# 品目別・規模別：品目別拡大意向

コメ・青果物(茶含む)は小ロット輸出が多いため安定した輸出拡大に資する型の確立が期待される。加工食品は日本のモノづくりの特徴を訴求しやすく、商社-生産者の双方にメリットある座組や輸出モデルの型作りが期待される



- 農林水産物（1次産品）は、維持嗜好を持つ事業者が一定程度存在するものの、拡大意向を有している
- コメ・コメ加工品、青果物には一部縮小意向がある事業者が存在

- 加工食品の輸出について、拡大意向を示す事業者の割合が、輸出規模・事業規模を問わず高い傾向がある

- コメ・コメ加工品は、足元の国内取引価格の状況も踏まえ、中期的な輸出拡大の計画立案が重要
- 青果物・茶は、小規模事業者が多く、安定した輸出拡大につながるモデル（型）の確立が期待される

- 水産・畜産は高単価で需要が見込まれ拡大意向が高い
- 中国をはじめ規制によるリスクも顕在化しているため、カントリリスクも考慮した大規模な商流開発が期待される
- 大規模輸出に向けたモデルの構築とメニュー開発の提案が期待

- 加工食品は、日本の技術やモノづくりの強みを訴求しやすい商材になり、地域商社・輸出商社を含めて扱いやすい
- 商社－生産者のWin-Winの関係構築をより進めると共に、海外現地販路の開拓及び継続取引のモデル（型）の確立と横展開が期待される

# 輸出課題の分析：輸出済み事業者における3つの課題軸

輸出済み事業者における課題は、「品目別課題」「熟度別課題」「共通課題」の3つの軸で課題傾向が存在

	品目別課題		熟度別課題		共通課題
	主要な課題傾向	主要な課題	中・大規模輸出事業者	小規模輸出事業者	
青果物	生産・流通力の強化	流通や物流の改善、販売先補確保、生産拡大体制、他連携によるロット拡大			<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 強い課題 輸出向けの商品開発、ブランディングやマーケティング、新規市場に関する情報収集</li> <li>■ やや強い課題 設備拡大に必要な資金、流通や物流の改善、輸出人材の確保</li> <li>■ 弱い課題 輸出拡大の計画策定 他事業者と連携したロット拡大</li> </ul>
コメ・コメ加工品	生産・流通力の強化	他連携によるロット拡大、個別課題			
水産物	設備・体制・規制対応強化	販売先の確保、規制・基準対応、設備拡大の資金			
畜産	設備・体制・規制対応強化	販売先確保、規制・基準への対応、輸出人材の確保			
茶	商品開発強化	販売先の確保、輸出向け商品開発、ブランディングやマーケティング、輸出人材の確保	■ 強い課題 生産拡大に向けた体制整備、規制・基準への対応	■ 強い課題 販売先の確保	
菓子	設備・体制・規制対応強化	輸出向け商品開発、規制基準対応、生産拡大に向けた体制			
酒類	販売・マーケティング強化	ブランディング・マーケティング、販売先の確保			
調味料	商品開発強化	販売先の確保、規制・基準への対応、輸出向けの商品開発			
その他	販売マーケティング力強化	販売先の確保・ブランディングやマーケティング、規制・基準への対応、新市場情報収集			

# 輸出課題の分析：未輸出事業者における2つの課題軸

輸出済み事業者における課題は、「品目別課題」「共通課題」の2つの軸で課題傾向が存在

	品目別課題		共通課題
	主要な課題傾向	主要な課題	
青果物	輸出メリットが低く感じられる	規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない、国内販売で十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 強い課題 規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない、対応可能な人手不足</li> <li>■ やや強い課題 輸出先国の情報不足、何から始めてよいかわからない</li> <li>■ 弱い課題 初期投資コスト、輸出業務管理が困難、商品開発が難しい、言語や文化の壁、輸出は競争が激しい、国内販売で十分、リスクが大、その他</li> </ul>
コメ・コメ加工品	輸出業務対応	規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない、輸出業務管理が困難	
水産物	輸出向け商品開発	規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない	
畜産	(特徴的な傾向な見られず)	規制基準の理解不足、輸出は競争が激しい、その他	
茶	海外対応	規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない、対応可能な人手不足、言語や文化の壁、その他	
菓子	輸出向け商品開発	規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない、対応可能な人手不足、商品開発が難しい、その他	
酒類	(未輸出事業者が少ない)	(適切な販売先が見つからない、設備投資やコスト)	
調味料	(未輸出事業者が少ない)	(規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない)	
その他	輸出先・販売先の確定	規制基準の理解不足、適切な販売先が見つからない	

# 支援希望の状況

アンケート回答者のうち40%にあたる717件の事業者が支援を希望、うち個別支援希望者は342件、専門家支援希望者は648件、人材支援希望者は510件となった

アンケート回答数

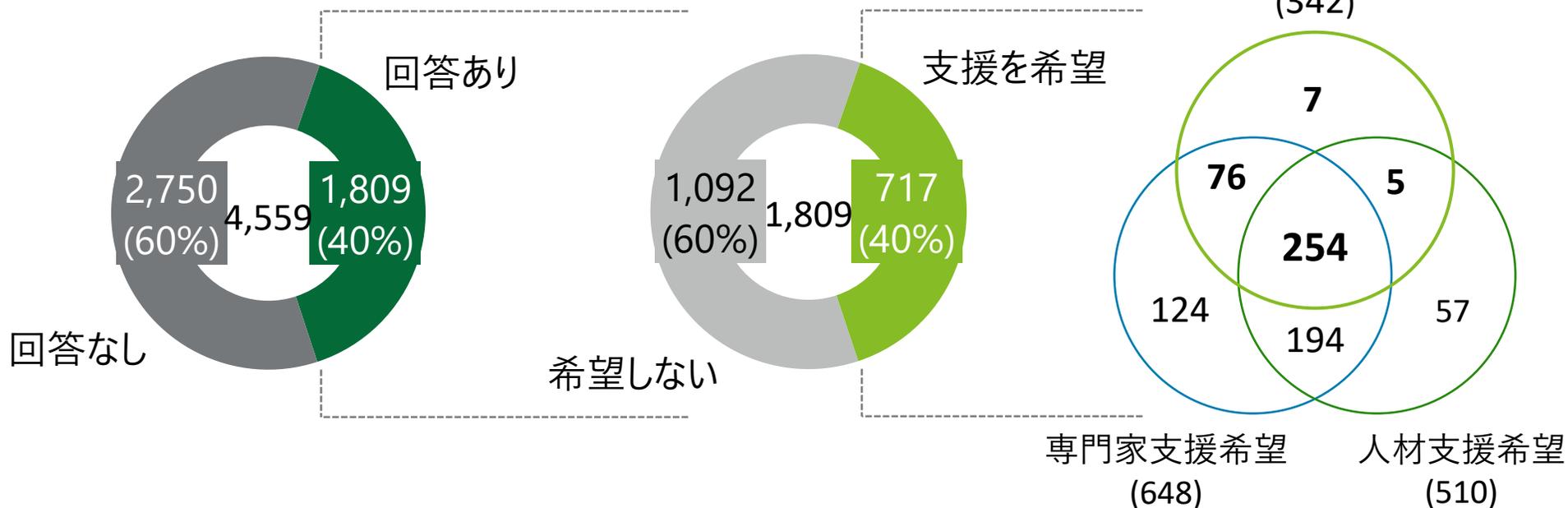
支援希望数

個別支援希望数

アンケート送付対象者の40%にあたる1809件からの回答が得られた

アンケート回答者のうち40%にあたる717件の事業者が個別支援、専門家支援、人材支援のうち、1つ以上の支援を希望

個別支援希望者は342件  
専門家支援希望者は648件  
人材支援希望者は510件



## 【参考】 専門家支援希望者の支援希望内訳

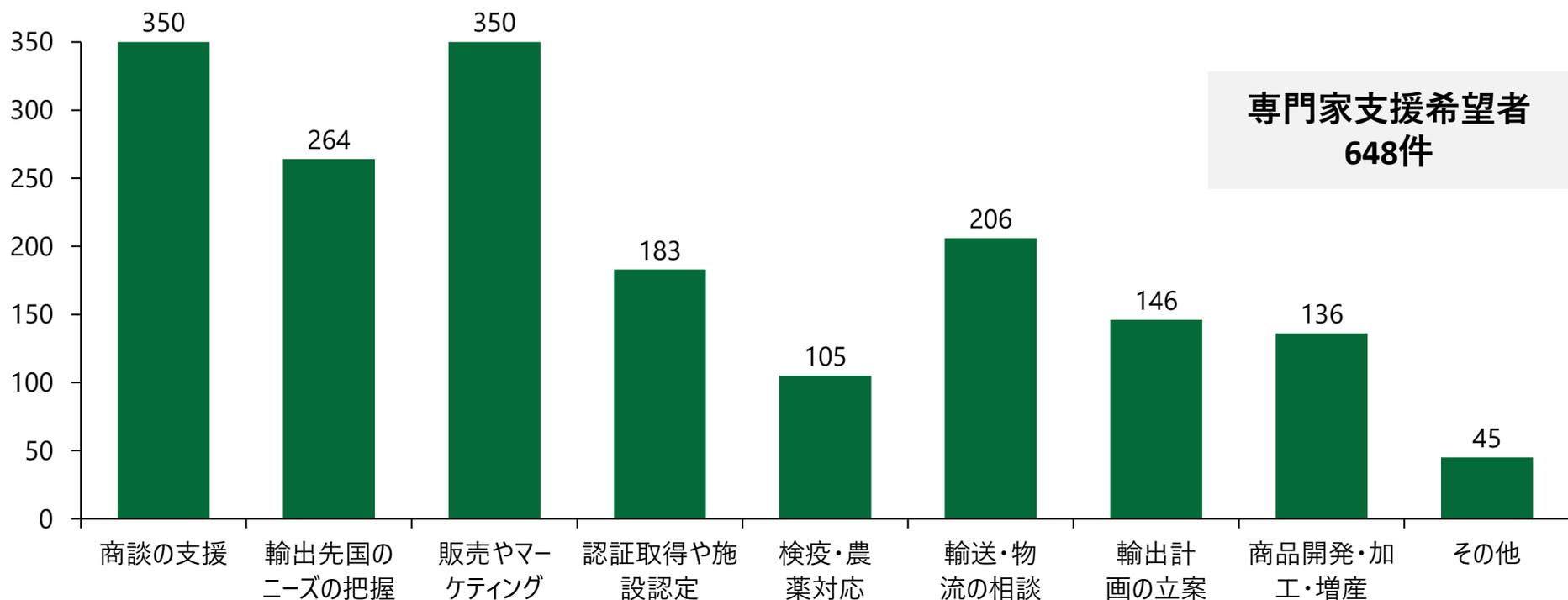
専門家に相談したい事業者の希望分野としては、商談の支援や販売・マーケティング支援、輸出先国のニーズの把握などを希望するケースが多く見られた

### アンケート時の質問

#### 【輸出専門家による支援】

GFPでは輸出に関連する課題を解決するため、輸出専門家によるサポートを実施しております

輸出専門家からのサポートを希望する場合は、希望する内容をすべてお選びください



※複数回答可能

## 【参考】人材支援希望者の希望内訳

人材を求める事業者の希望分野としては、海外販路開拓を行う人材が最も多く、海外マーケティング、貿易実務、海外輸出規制、品質管理・認証取得などが続く

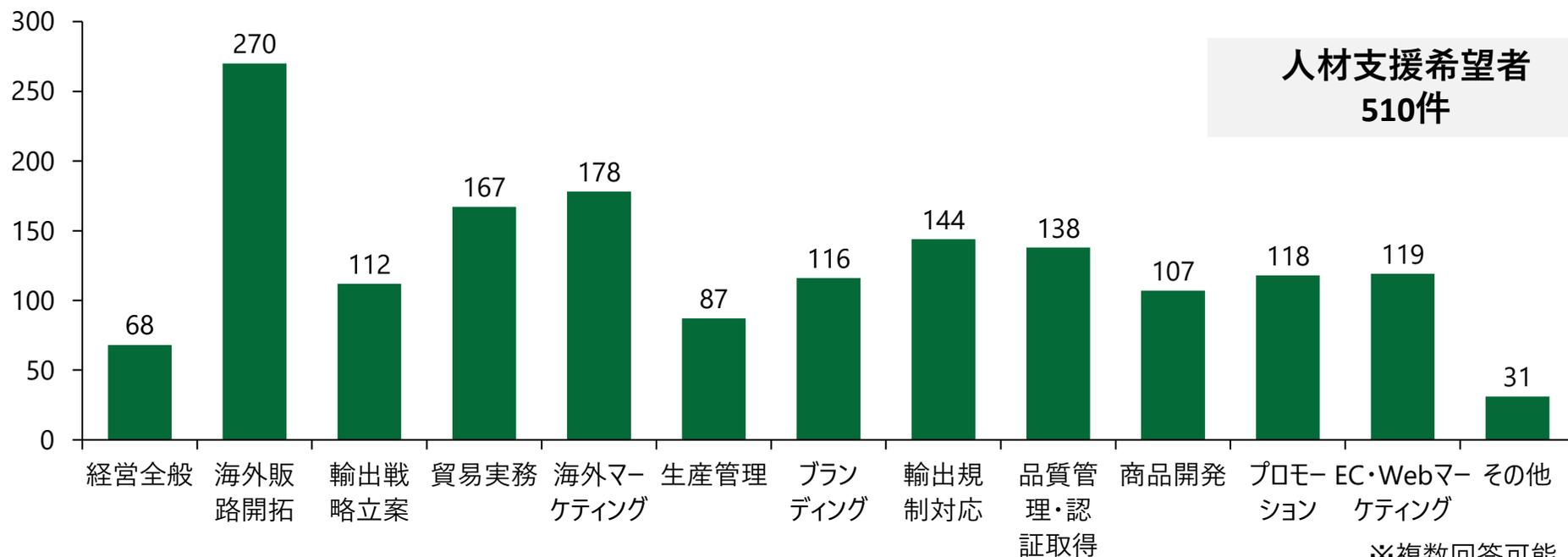
### アンケート時の質問

#### 【人材確保の支援】

GFPでは事業者様の輸出業務における実務を担う人材の不足や、専門的な技能人材を必要とする声にこたえ、常勤雇用、副業・兼業人材についての人材確保支援を開始いたしました。

※ 副業・兼業人材とは、本業以外に別の仕事を行う人々のことを指します。平日は別の職場で働きながら、週末に専門知識を活かしたり、本業の空いた時間に短期的な仕事を行う人が含まれます。フルタイムの雇用ではないため、お互いにとって柔軟な働き方での人材確保ができるようになります。

人材確保の支援をご希望される場合は、人材を必要とする業務をすべてお選びください



# 事業実施報告

## (1) GFP登録者のフォローアップ業務

- ① GFP登録者へのWebアンケート等調査
- ② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ

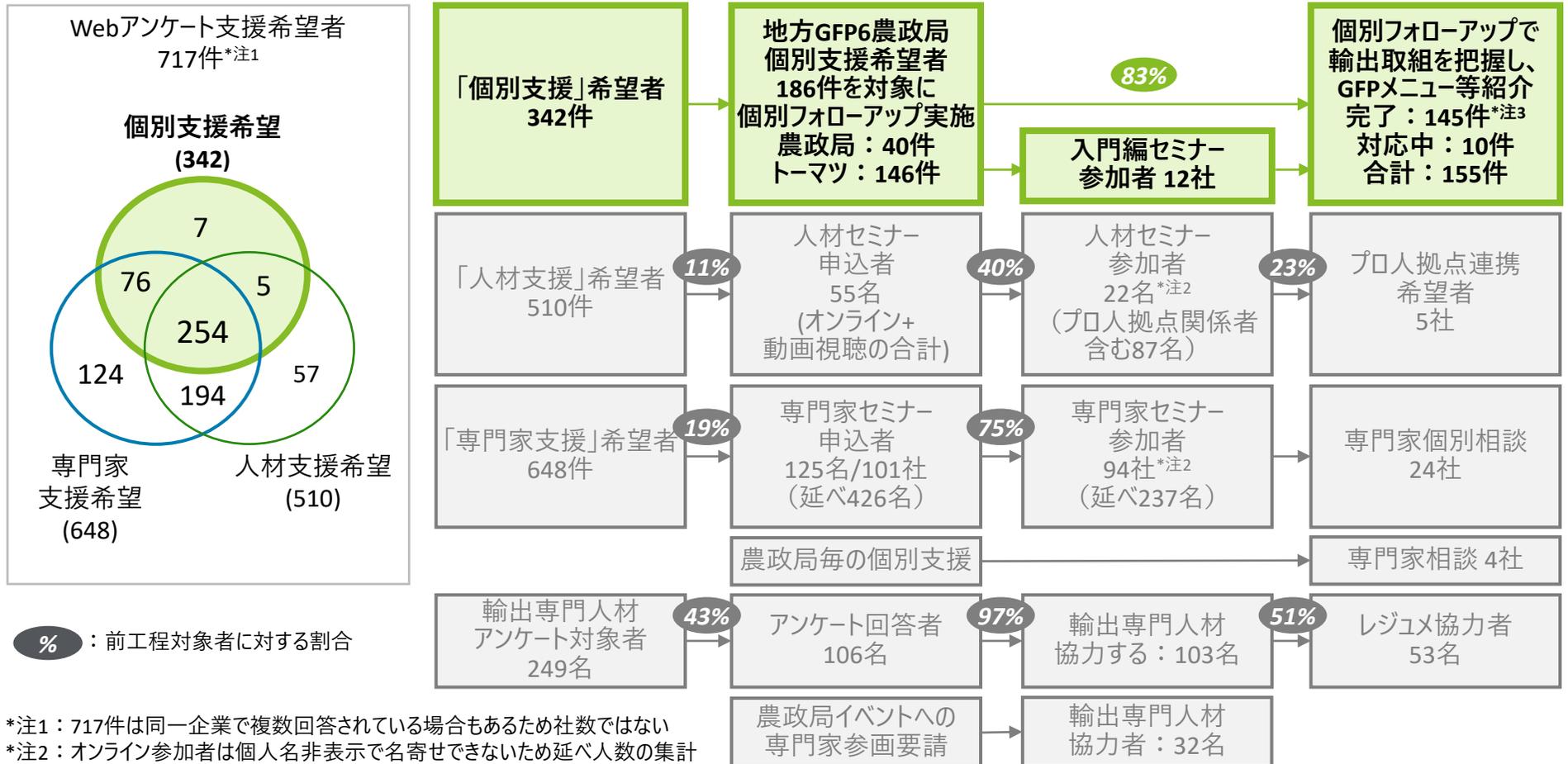
## (2) 支援メニューの実行

- ① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営
- ② 輸出専門人材によるサポート業務手配
- ③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

## (3) 総括の実施

# Webアンケート調査から一連の事業者支援の実績 | 個別支援希望者のフォローアップ

Webアンケート調査で把握した支援希望者に対し、「個別支援フォローアップ」は、約8割の155社へのコンタクトを行い輸出の現状と課題を把握しGFPメニュー等を紹介し、今後の伴走型支援の掘り起しを行った



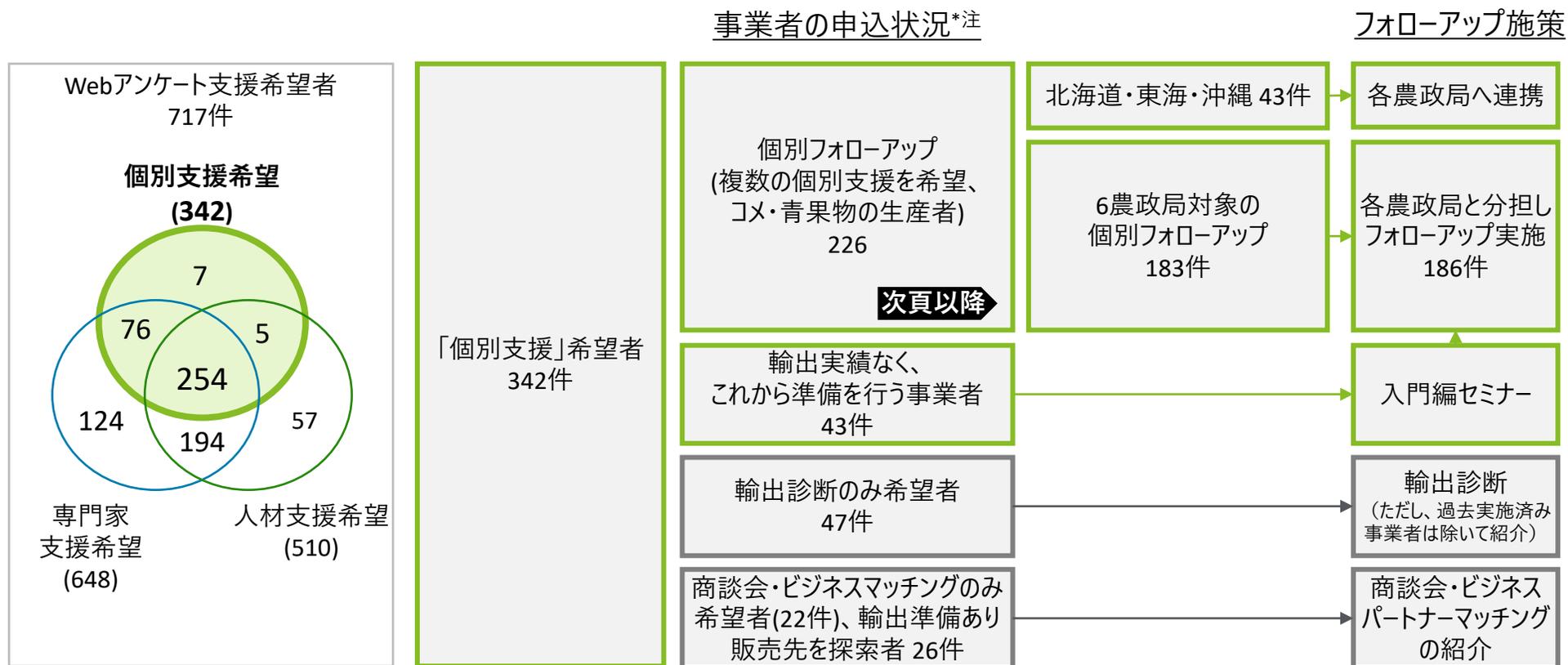
\*注1: 717件は同一企業で複数回答されている場合もあるため社数ではない

\*注2: オンライン参加者は個人名非表示で名寄せできないため延べ人数の集計

\*注3: 145件には連絡がつかない事業者等の中断は含まない

# 個別支援希望者のフォローアップ施策

個別支援を希望する事業者の輸出熟度(輸出実績の有無や輸出準備状況等)を踏まえ、フォローアップ施策を整理し、農政局と分担して事業者のフォローアップを実施



\*注：事業者の個別支援希望内容、及び輸出熟度（輸出実績の有無や輸出金額等）・輸出品目・輸出準備状況などを踏まえたフォローアップ策の検討を実施

# 各農政局におけるフォローアップ対象事業者数

「個別支援を希望する」と回答した事業者を対象に、各農政局と分担し、フォローアップを実施

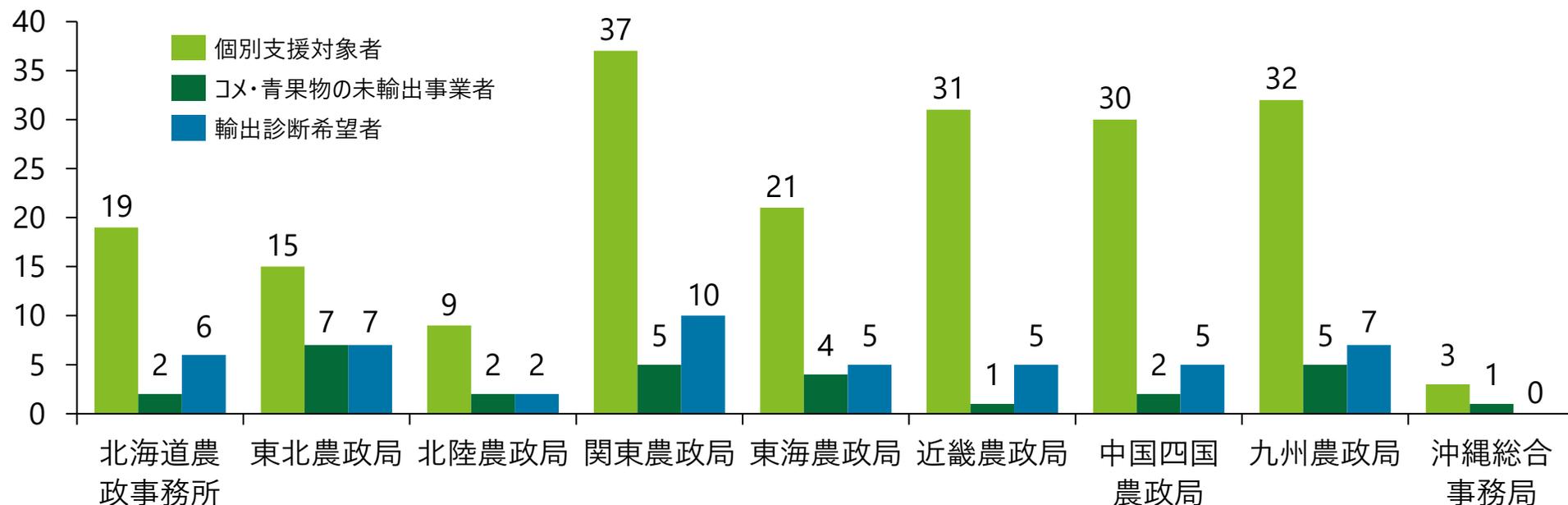
## 【個別支援のご希望】

17. 事業者様が抱える課題について、詳細内容をインタビューさせていただいた上で、個別の支援をご提供しております。個別支援のご希望についてご回答ください。

### 個別支援のご希望

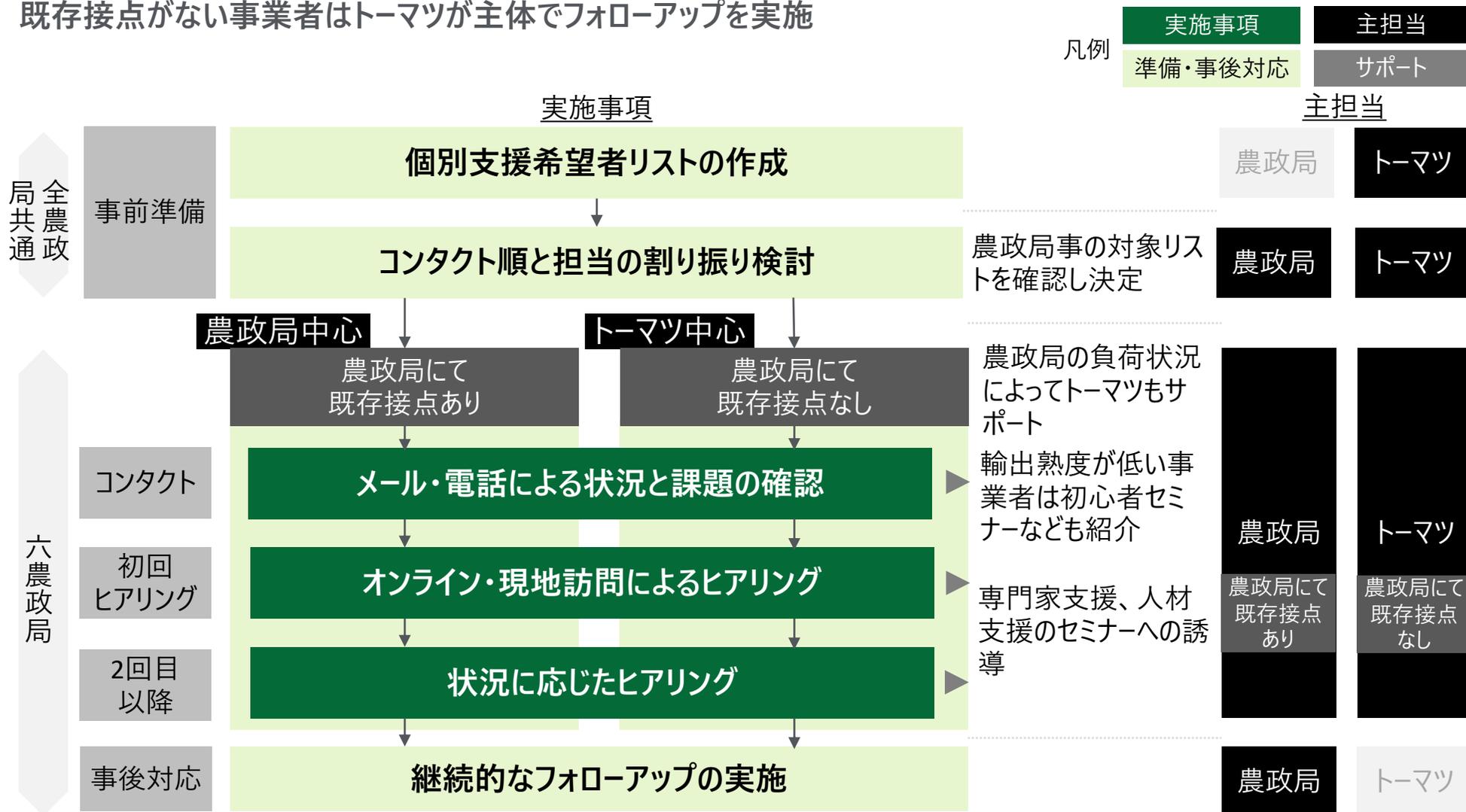
個別支援を希望する  個別支援を希望しない

個別支援をご希望の場合、希望される支援や相談したい内容をすべてお選びください



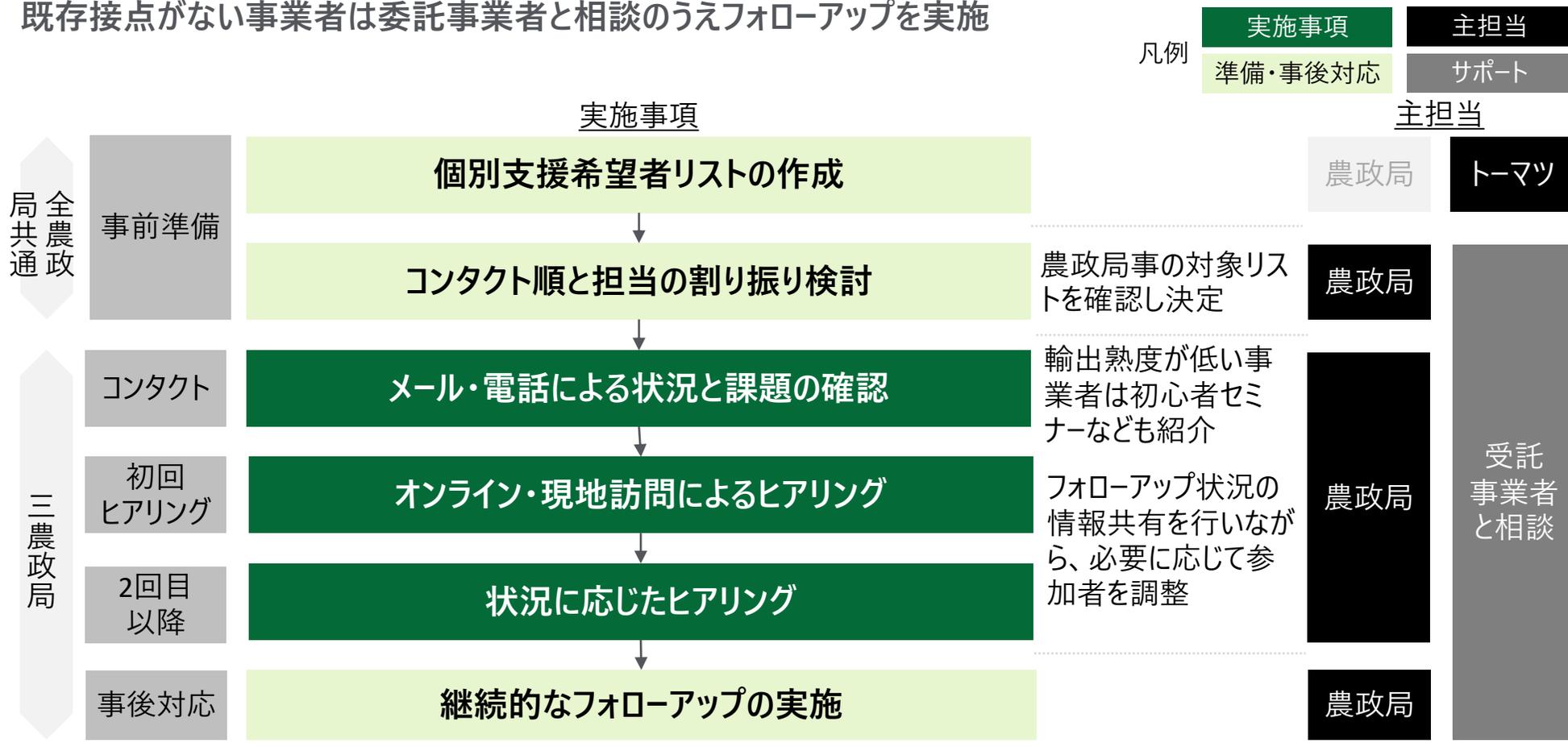
# 個別フォローアップの実施フロー | 6農政局

個別支援希望者のリストを整理したのち、農政局にて既存の接点がある事業者は農政局が、既存接点がない事業者はトーマツが主体でフォローアップを実施



# 個別フォローアップの実施フロー | 北海道・東海・沖縄

個別支援希望者のリストを整理したのち、農政局にて既存の接点がある事業者は農政局が、既存接点がない事業者は委託事業者と相談のうえフォローアップを実施



# 個別フォローアップで把握した輸出取組事業者

個別フォローアップの中で輸出の現状や課題を把握した事業者は145社あり、うち輸出額1億円未満と未輸出の事業者が123社を占める。品目別では加工食品、茶事業者を中心に以下の通り分布している

(単位：社)

輸出規模	青果物	コメ・ コメ加工品	茶	水産	畜産	加工食品※1	その他※2	小計
大規模輸出 (10億円以上)					1	1		2
中規模輸出 (5億円以上)		1	2	2	1	12	1	19
小規模輸出 (1億円未満)	4	4	9	7	2	22	1	49
未輸出事業者	14	10	10	8	3	27	3	75
	18	15	21	16	7	62	5	145

※1：調味料、菓子、酒類、飲料、麺製品、その他加工品を含む

※2：林産物、花き

# 事業者の輸出取組・輸出課題の整理シート

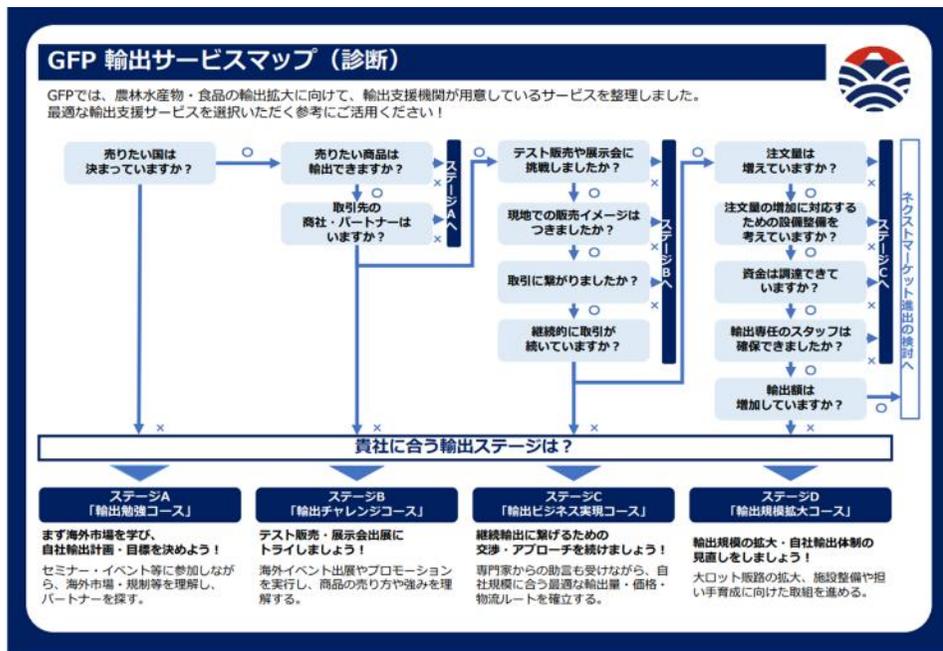
個別フォローアップでは、事業者の輸出取組の現状及び輸出サプライチェーン別の課題をヒアリングし、今後の伴走支援ニーズやGFP支援メニュー等の紹介を実施

個別フォローアップヒアリングシート(1/2)		実施日		個別フォローアップヒアリングシート(2/2)		実施日	1900年1月0日(土)	メモ欄(ヒアリング実施時にご活用ください)
聞き手		事業者名		聞き手		事業者名	0	
実施回数		回答者		2) 輸出課題		次に輸出課題について教えてください。現在困っている点や課題等あれば教えてください。 【以下の”課題カテゴリ”について、必要に応じて提示しお尋ねください】 ①生産・調達面 ②品質管理・認証面 ③契約・物流面 ④販売・マーケティング面 ⑤人材・体制づくり ⑥マーケット・規制情報 ⑦その他 ※課題番号を記載の上、詳細を記載してください		
HP/参考サイトURL		所在	0	実施方法				
【アンケート回答】(事前に転記し参照ください)				輸出実施		未輸出		
Q1.輸出規模	Q2.希望品目	Q3.品目詳細	Q6.輸出チャネル					
0	0	0	0					
【輸出済の場合】Q11.課題 or 【未輸出の場合】Q12.準備状況								
0								
Q20-2.希望支援内容(+Q21.その他事項)								
0								
その他記入欄 ( )								
【ヒアリング情報記入欄】								
1) 現在の輸出取組状況								
輸出実施(再確認) <input type="checkbox"/> 済 <input type="checkbox"/> 未								
まず、現在の輸出状況について教えてください。未輸出の場合は準備状況を教えてください。								
◆輸出品目、輸出先国、輸出額・量(◆直接or間接輸出 ◆エア便or船便 ◆小売or外食向け 等)								
◆品目の特徴・マーケットニーズ ◆現在進めている取組、輸出の展望								
品目	輸出先国	輸出規模						
詳細情報								
【ヒアリング結果】(事後に記入してください)								
お伝えした支援策(もしくは後ほどメールにてご案内予定の支援策)								
GFP事務局ネクストアクション						備考(支援希望者事後状況等)		

注：課題整理シートの内容は非公開

# 【参考】特に輸出実績がない事業者等への基本情報の提供 1/2

入門編セミナーで提供したGFP輸出サービスマップ、最新の参考リンク集などを情報提供



▲本省GFPで提供する「GFP輸出サービスマップ（診断）」を紹介し、自社の輸出ステージを把握した上で、取組の具体化につなげる

**Stepごとの参考リンク集**  
事業者の皆様の実情や輸出の実践プロセス別の参考リンクをご案内します

**輸出の実践プロセス（例示）**

**Step1** 輸出のイメージを掴もう！

**Step2** 自社輸出の可能性を考え、輸出計画を立てよう！

**Step3** 実際に海外販売を体感し、パートナーを探そう！

**Step4** 商品の売り方・ブランディングを検討しよう！

**Step5** 自社の輸出方法を考えよう！

**Step6** バイヤーとのコミュニケーションを続けましょう！

**Step7** 大ロット輸出に向けて自社体制を強化しよう！

**Step8** 今後の輸出展開を決め、収益性を計算しましょう！

**参考リンク集**

- GFPトップ
- JETRO農林水産物・食品の輸出支援ポータル
- 中小機構
- 日本政策金融公庫
- JETROカントリーレポート
- 農林水産省OMARS (海外食品情報センター)
- 農林水産省輸出支援ポータル
- 食品産業センター加工食品海外規制
- JETRO 農林水産物・食品 輸出協力企業リスト
- 日本政策金融公庫 事例集
- 共感を生むプロモーションのポイント
- 輸出の流れの紹介と各段階におけるポイント(関東農政局)
- 食品輸出の取引業種の流れ (輸出EXPO)
- 農林水産省 相談・情報提供・バイヤー紹介等
- GFP輸出塾(商談で気を付けるべき事項)
- 農林水産省農林水産物・食品輸出支援ガイド (輸出業者、生産・加工、相談・情報提供・バイヤー紹介等)
- 農林水産省 予算の概要 (リンク)
- 日本政策金融公庫
- 農林水産省 輸出産地計画
- 農林水産省 輸出事業計画策定の手引き (令和6年4月改定)

GFP会員向けサイトのコンテンツ利用(動画視聴、資料、ビジネスパートナーマッチング等の依頼等)には会員登録が必要です【登録無料】

7 地方GFP | 農林水産物・加工食品輸出 セミナー入門編 © 2024. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

▲「GFP輸出サービスマップ（診断）」の各ステップに対応した最新の情報リンク集（一部、リンクを追加）を提供。輸出への取組初期に必要な情報収集負荷の軽減を図る

# 【参考】特に輸出実績がない事業者等への基本情報の提供 2/2

入門編セミナーで提供した輸出に役立つ各種情報ソースなどを情報提供

生鮮 → 加工

## 輸出に役立つ各種情報ソースのご案内

輸出に役立つ情報集（生鮮食品）

- 農林水産省  
諸外国における残留農薬基準値に関する情報  
➢ 総合ページ  
[https://www.aff.go.jp/j/shokusan/export/zannou\\_kisei.html](https://www.aff.go.jp/j/shokusan/export/zannou_kisei.html)  

- 農林水産省  
海外の食品規則チェックサイト「OMARS」  
➢ <https://export-regulations.aff.go.jp/>  

- 植物防疫所 輸出入条件詳細情報  
➢ 総合ページ  
<https://www.aff.go.jp/pps/j/search/detail.html>  


■JETROの国別輸入規制情報（例）

➢ 香港 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/foods/exportguide.html</a> 	➢ シンガポール <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide.html</a> 
➢ タイ <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/foods/exportguide.html</a> 	➢ 台湾 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide.html</a> 
➢ EU <a href="https://www.jetro.go.jp/world/europe/eu/foods/exportguide/">https://www.jetro.go.jp/world/europe/eu/foods/exportguide/</a> 	➢ 米国 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/">https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/</a> 

9 地方GFP | 農林水産物・加工食品輸出セミナー入門編 © 2024. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

▲青果物の輸出に役立つ情報集を提供  
（※本資料は、入門編セミナーで紹介）

生鮮 → 加工

## 輸出に役立つ各種情報ソースのご案内

輸出に役立つ情報集（加工食品）

- 農林水産省  
海外の食品規則チェックサイト「OMARS」  
➢ <https://export-regulations.aff.go.jp/>  

- 食品産業センター  
海外輸出規制プラットフォーム  
➢ <https://yushutukisei.com/>  


■JETROの国別輸入規制情報（例）

➢ 香港 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/foods/exportguide.html</a> 	➢ シンガポール <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/foods/exportguide.html</a> 
➢ タイ <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/foods/exportguide.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/foods/exportguide.html</a> 	➢ 台湾 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/">https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/exportguide/</a> 
➢ EU <a href="https://www.jetro.go.jp/world/europe/eu/foods/exportguide/">https://www.jetro.go.jp/world/europe/eu/foods/exportguide/</a> 	➢ 米国 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/">https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/</a> 

10 地方GFP | 農林水産物・加工食品輸出セミナー入門編 © 2024. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

▲加工食品の輸出に役立つ情報集を提供  
（※本資料は、入門編セミナーで紹介）

# 事業実施報告

## (1) GFP登録者のフォローアップ業務

- ① GFP登録者へのWebアンケート等調査
- ② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ

## (2) 支援メニューの実行

- ① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営
- ② 輸出専門人材によるサポート業務手配
- ③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

## (3) 総括の実施

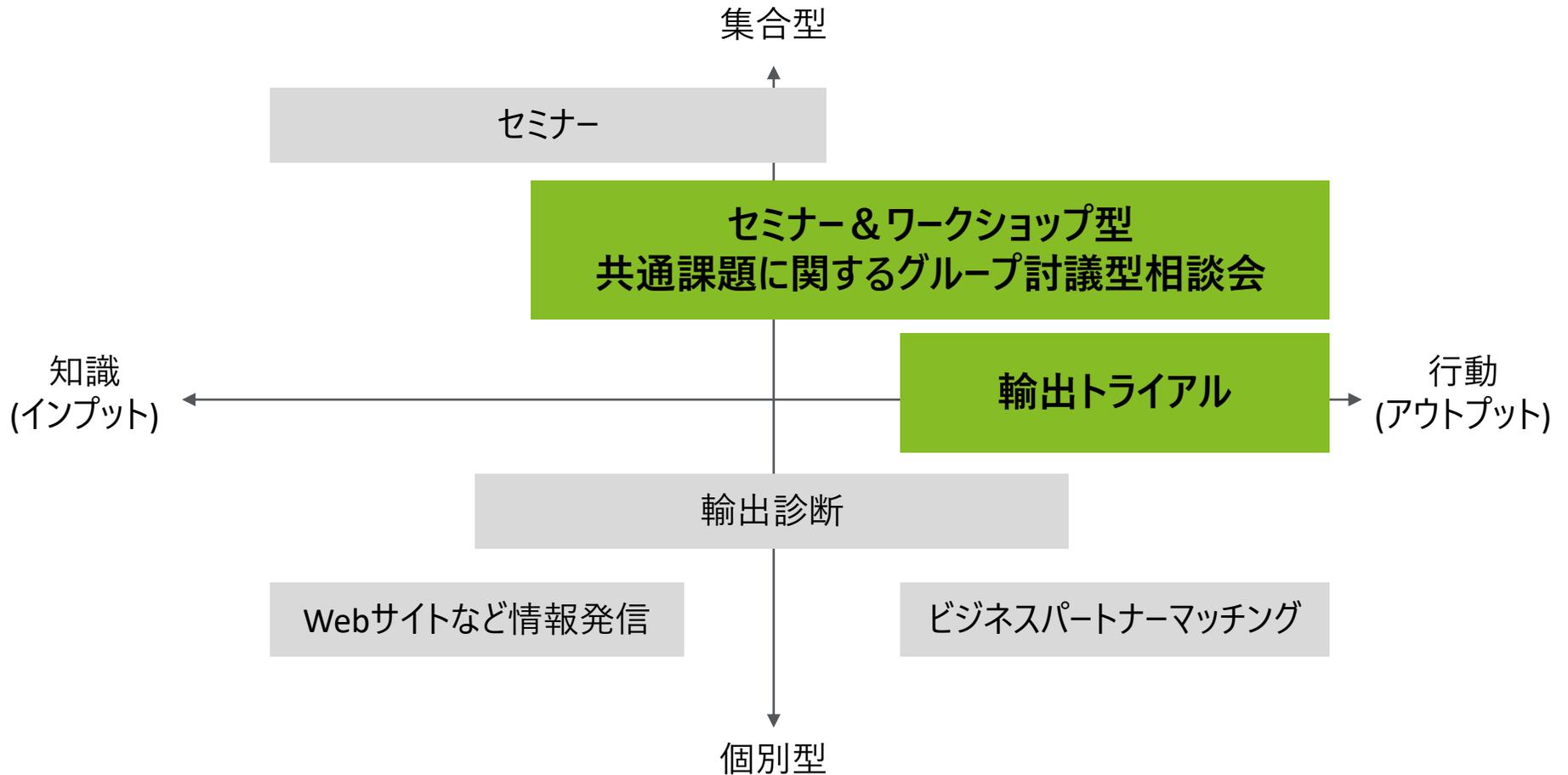
# 農政局におけるイベント実施概要

農政局毎の地域特性に応じた産地形成や輸出促進を支援するイベントを開催

農政局	イベント名称	開催海外
東北農政局	加工食品の米国・シンガポール向けトライアル輸出と商流形成 (加工食品)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ バイヤーによるサンプル品評価とテスト販売品選定・発注：2025年1月～2月</li><li>■ 輸出後テスト販売：2025年3月～</li></ul>
北陸農政局	北陸地域の食品輸出 セミナー&ワークショップ (コメ・コメ加工品、水産加工品、加工食品)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 新潟会場 @NOCプラザ 第1回：2024年11月18日(月)/第2回：2025年2月4日(火) 各回13:30～17:00</li><li>■ 金沢会場 @石川県地場産業振興センター 第1回：2024年11月25日(月)/第2回：2025年1月30日(木) 各回13:30～17:00</li></ul>
関東農政局	いちご生産者輸出フォーラム 管内地域商社等担当者連絡会 (いちご)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ フォーラム：2024年10月31日(木) 10:00～16:10 @ワйм神田貸会議室</li><li>■ 連絡会：2024年12月2日(月) 15:00～18:00 @さいたま新都心合同庁舎</li></ul>
近畿農政局	菓子類の輸出に関する 課題解決のための相談会 (菓子類)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 京都会場：2024年10月22日(火) 13:00～16:30 @YIC京都工科自動車大学校</li><li>■ 兵庫会場：2024年10月23日(水) 13:30～17:00 @神戸地方合同庁舎</li><li>■ 大阪会場：2024年10月24日(木) 13:30～17:00 @淀屋橋三井ビルディング</li></ul>
中国四国農政局	かんきつ輸出促進セミナー (かんきつ)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 第1回 “生産維持・拡大に向けた”かんきつ輸出産地セミナー in高知 ：2025年2月14日(金) 13:00～16:30 @高知ちばさんセンター</li><li>■ 第2回 “マーケットイン発想”のかんきつ食品輸出セミナー in徳島 ：2025年2月20日(木) 13:00～16:30 @徳島県立総合福祉センター</li></ul>
九州農政局	福岡空港におけるインバウンド向け 「九州いちご試食イベント」の開催 (いちご)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 福岡空港国際線旅客ターミナルにおいて、九州産いちご9種類をインバウンド向けに試食提供するイベントを開催</li><li>■ 2025年1月28日(火)～2月3日(火)にて実施</li></ul>

# “行動”につながる地域イベント企画

セミナーによる知識のインプットだけでなく、参加者によるワークショップ型や輸出トライアルなど、各事業者の課題に対応した“行動”につなげる企画・運営を実施



# 農政局におけるイベント実施状況

単発イベントに留まらない継続的な支援のモデル作りにつながった

農政局	実施事項	実施結果	主な成果
東北農政局	加工食品におけるアメリカ・シンガポール向け <b>トライアル輸出</b> ・商取引の実施支援	商社の協力の元、加工食品4事業者の商品をサンプル輸出、バイヤー選定の結果3事業者の商品が発注された	地域商社との <b>トライアル輸出の型を構築</b> できた。事業者・商社募集、効果測定、拡大にむけたアクションプラン等改善し今後の横展開に期待
北陸農政局	未輸出で意欲ある事業者の <b>輸出ビジネス具体化セミナー&amp;ワークショップ</b> の実施	2都市で各2回のワークショップをコメ・水産・加工食品を対象に対面のみで実施。セミナーは40社、ワークショップは22社参加し、輸出計画作成事業者は118社	事業者連携や他事例共有により、 <b>意欲ある事業者間のネットワーク形成の効果</b> があった。特に事業者間の自発的な連携が誘発された
関東農政局	<b>いちご生産者輸出フォーラム</b> を開催、海外動向・優良事例の共有と生産者の課題を持ち寄り、課題解決策を探り共有	一般参加127名、関係者含め225名が参加。管内外の事例共有や協力包材メーカーの包材を手にとっての議論も実施	輸出が伸びている <b>品目かつテーマを絞り込む</b> ことでより深い議論ができ、いちご生産者の多くが抱える課題への具体的な解決策が共有できた
近畿農政局	<b>菓子事業者対象のグループ討議型相談会を実施</b> 、事前アンケートで関心の高い課題にフォーカスした構成として開催	相談会は3都市で開催。計23社が参加。複数テーマを選択して各専門家へ相談可能なプログラムで実施	<b>具体的な共通課題にフォーカスしたグループ相談会</b> を行ったうえで、 <b>希望事業者に対し個別支援（専門家派遣）</b> を実施
中国四国農政局	<b>柑橘における産地形成と輸出拡大の両面</b> を取り上げた <b>シリーズ型セミナー</b> を開催	2月14・20日に開催し、JA、生産者、他地域事業者、関連団体などを含め講演。現地・オンライン合わせ延べ269名参加	地域基幹品目の柑橘の課題にフォーカスし、 <b>中期的な産地形成へアクション</b> を誘発。他地域もオンラインで参加可能なセミナーにより、 <b>産地間連携のきっかけづくり</b> に貢献
九州農政局	福岡空港におけるインバウンド向け「 <b>九州いちご試食イベント</b> 」の開催	福岡国際空港、福岡ソノリクなどの協力の元、計1,700名以上への試食とメディアを通じた情報発信	<b>インバウンド x 輸出促進の取り組みのモデル作り</b> を実施。イベント結果は事業者の輸出マーケティングへの活用なども視野

# 東北農政局 | 加工食品事業者の商流形成に向けたトライアル輸出の支援

東北農政局では、アメリカ・シンガポール向けのトライアル輸出を通じて加工食品事業者の商流形成を支援

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- アメリカ・シンガポール向けのトライアル輸出を実施。参画加工食品事業者の調整、サンプル品のバイヤー評価、テスト販売に向けた準備などを実施

### ■ 実施期間・場所

- 意見交換会：1/22(水)に仙台会場、2/7(金)にオンラインで計2回実施
- バイヤー選定：12月中に現地着荷、2月中にバイヤー選定結果共有
- テスト販売：3月中に商品輸送、順次テスト販売を開始

### 主な実施事項

#### 事業者と輸出商社の意見交換会

- 海外ニーズを踏まえた販売可能性や商品改善点に係る意見交換、今後の継続的な取引のための協議

#### サンプル輸出しバイヤー選定

- 現地バイヤー及びその先の小売・飲食店担当分の数量をサンプル輸出し、テスト販売する商品を決定

#### テスト販売

- 事業者から商社経由で現地販売先でのテスト販売（販売実績把握・改善策の検討は4月以降予定）

## 実施結果

### ■ 事業者と輸出商社の意見交換会

- 商社から商品扱いに係るアドバイスや事業者の輸出課題に関する意見交換を実施し、事業者と商社の関係構築

### ■ 商社による商品の一次選定

- 参加意向のあった加工食品事業者のうち、18事業者から提供された商品カルテをもとに検討した結果、4事業者の商品をサンプル輸出することとなった

### ■ サンプル輸出

- アメリカ（小売向け）は3事業者の商品サンプルを輸出
- シンガポール（外食向け）は4事業者の商品サンプルを輸出

### ■ バイヤーによる商品選定

- アメリカの日系現地スーパーのバイヤーより、新規採用や過去に取り扱った商品のリトライも含め、2事業者の商品が決定
- シンガポールの日系卸より、過去に取り扱った商品のリトライとして1事業者の商品が決定

### ■ テスト販売（4月以降順次テスト販売実施）

- 販売開始から一定期間、バイヤーや消費者からのフィードバックを吸い上げ、改善点を見出し継続販売に繋がるよう活用

## 主な成果/改善点

【主な成果】従来のテストマーケティングから一步前進させ、**事業者と輸出商社の商流形成を支援する施策として“型の構築”**ができた

- 商社・現地バイヤーから今後の取引を意識した商品へのフィードバックにより、事業者の輸出先国別の商品改善や課題への対応検討の参考になった
- 今後はトライアル輸出の“型”を横展開し、地域事業者と商社それぞれの参画を促し、トライアル輸出に取り組む事業者をプールし、地域商社が持つ現地小売・外食の商品需要・商品ニーズに基づくマーケットイン・マーケットメイクの観点で取引成立数を増加させていくことが重要
- トライアル輸出事例（輸出先国×販売先×品目）が増えてくると、“売れる根拠”やノウハウが蓄積され、事業者の効果的な商品改善につながる

# 北陸農政局 | 北陸地域の食品輸出 セミナー&ワークショップの開催

北陸管内の重点品目のコメ・コメ加工品、調味料・菓子類等加工食品、水産品の“意欲ある事業者”の輸出ビジネスプランの具体化に向けたワークショップを開催

## 主な実施概要

- 実施概要
  - 属性分析に基づくコメ・コメ加工品、加工食品、水産品の“意欲ある事業者”を対象とした輸出ビジネスプラン具体化を目的としたセミナー&ワークショップを開催
- 実施期間・場所
  - 第1回目：2024年11月18日(月)@新潟会場、11月25日(月)@金沢会場
  - 第2回目：2025年2月4日(火)@新潟会場、1月30日(木)@金沢会場

## 主な実施事項

### 属性分析とイベント設計

- 北陸管内GFP登録者の属性分析(品目・規模等)と重点品目・対象者の整理及びイベント設計

### 第1回セミナー&ワークショップ (対面参加のみ)

- セミナーは各品目輸出事例を話題提供、広く参加可
- ワークショップは原則2回のワークショップ参加を必須

### 第2回ワークショップ (対面参加のみ)

- 事前課題：輸出ビジネスプラン作成
- ワークショップ：輸出ビジネスプランの共有と深堀
- 事後課題：輸出ビジネスプランの見直し

## 実施結果

- 参加者事業者 (金沢・新潟会場の合計)
  - 第1回セミナー&ワークショップ参加者： 40社・58名
  - うちワークショップ参加者： 22社・27名
  - 事前課題提出者： 18社
  - 第2回ワークショップ参加者： 15社・18名
- 参加者の参考度と取組意欲の変化 (単位：%)



## 主な成果/改善点

- 【主な成果】中小輸出事業者向けには、事業者連携や他社事例共有が効果的に機能し、特に意欲ある事業者のネットワーク形成の効果あり
- セミナーとワークショップを組合せた企画により、広く意識づけするセッションと輸出ビジネスプランの深堀検討するセッションで機会を提供
- 事前・事後課題により自社課題を整理する各社ワークを設定。事前課題については農政局・事務局から各社向け個別フィードバックを実施することで、ワークショップ関係者の一体感や事業者の自分事化を促した
- 事業者間の自律的な連携が誘発された。他方、輸出熟度が異なり、熟度が低い事業者には基本的な輸出知識や輸出プロセスの支援が必要

# 関東農政局 | いちご生産者輸出フォーラム・地域商社等連絡会の開催

いちごフォーラムは、ニーズが高いテーマに絞り込んだ話題提供とワークショップにより、限られた時間で一定の深掘した議論と示唆を提供

## 主な実施概要

- いちご生産者輸出フォーラムの実施概要
  - 管内いちご生産者向けのセミナー及びワークショップで構成するフォーラム実施
  - 日程・場所：2024年10月31日(木) @神田 現地・オンラインハイブリッド開催
- 地域商社等連絡会の実施概要
  - 管内地域商社向けに国及び各関係機関の取組や支援策の紹介等を実施
  - 日程・場所：2024年12月2日(月)@埼玉新都心 現地のみ

## 主な実施事項

### いちご生産者輸出フォーラム

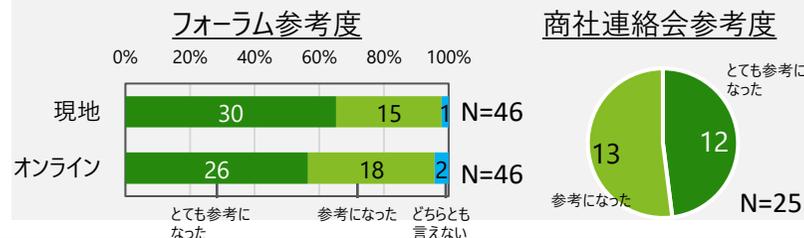
- セミナー：市場動向(PPIH)、輸出事例(村田農園、JA阿蘇)、規制動向(農水省)から話題提供
- ワークショップ：「各国規制対応」、「傷みにくい包材選定・国内物流」とテーマを絞り込み公開ディスカッション

### 地域商社等連絡会

- 管内に拠点を有する地域商社や地銀等の輸出支援事業者を参集し、関係機関からの取組や事業者支援サービスの情報提供
- JETROをはじめ関係機関からの情報提供&質疑応答、農政局への要望等について意見交換

## 実施結果

- 参加者事業者
  - いちご生産者輸出フォーラム：127名(現地39名、オンライン88名) / 関係者含むと225名(現地70名、オンライン155名)
  - 地域商社等連絡会：19名 / 関係者含むと43名
- いちご生産者輸出フォーラムの参考度
  - 96%が参考と回答(n=92)
  - 他の事業者の取組事例やアドバイザーからの具体的なコメント等への参考度が高かった
- 地域商社等連絡会の参考度
  - 100%が参考と回答(n=25)
  - GFPの取組や事業紹介等の参考度が高く、特に事業者の輸出への取組事例への関心が高かった



## 主な成果/改善点

- 【主な成果】輸出が伸びている品目かつテーマを絞り込むことでより深い議論ができる効果を確認
- いちごの間接輸出、直接輸出、卸売市場経由の輸出等、輸出タイプ別生産者の取組事例が共有され、共通課題の規制対応(植物検疫・残農基準)、包材選定、国内物流に関する対策検討と各社取組の共有はオンライン参加者を含め、参考になったとの声が多く挙がった。
  - 商社連絡会は、地銀系商社や地域商社の参加が主であったが、まとまった情報提供機会への参考度が高く、また事業者情報の共有や商社間連携へのニーズの高さが確認できた。GFP登録者や地域商社との連携の活性化に向けた、連絡会の在り方を含め今後改善していく予定

# 近畿農政局 | 菓子類輸出の課題解決に関する相談会の開催

近畿農政局管内のGFP登録菓子事業者に輸出に関する課題についてのアンケートを実施し、より具体的なテーマ（賞味期限延長への対応、品質管理・認証取得への対応、販路開拓や商社等とのネットワークづくり）を設定した上で、テーマごとに専門家への相談を行うグループ相談会を実施

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- 昨年度の取組との継続性を加味し、菓子事業者を対象とした、より具体的な課題解決のためのグループ相談会を開催

### ■ 実施期間・場所

- 2024年10月22日(火)@京都会場、10月23日(水)@兵庫会場、10月24日(木)@大阪会場 | テーマ：賞味期限延長への対応、品質管理・認証取得への対応、販路開拓や商社等とのネットワークづくり

### 主な実施事項

#### 菓子事業者向け ニーズ調査

- 管内のGFP登録菓子事業者に対して輸出に関する課題解決のニーズ調査を実施
- 3つのテーマを設定し、専門家を選定

#### 相談会

- 事業者が複数テーマについて相談できる時間枠を設定
- 1対1ではなく、グループ相談会を実施。他社の課題と対応に関するアドバイスも学習機会とする仕掛け

#### 希望者への 個別支援

- 農政局がフォローアップを進める中で、希望があった事業者に対して輸出専門人材派遣を実施

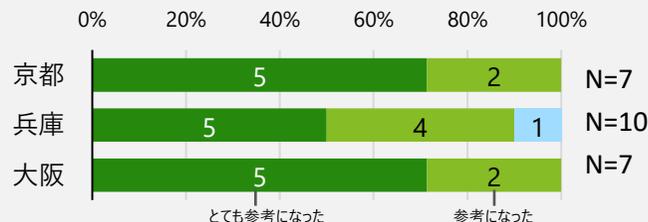
## 実施結果

### ■ 参加者事業者数

- 相談会参加者：23社  
(京都・兵庫・大阪会場の合計)
- 事業者毎の相談内容と専門家からのアドバイスを議事メモとして整理

### ■ 参加者の参考度

- 専門家からの個別課題へのアドバイス(賞味期限延長に向けた添加物変更や品質維持のアプローチ、認証取得方法論、販路選定の方法論や継続取引へのポイント等)に加え、事業者間の課題と対応への取組の参考度が高かった



## 主な成果/改善点

【主な成果】**グループ相談会**は、専門家によるアドバイスに加え他社の課題と対応を通じた学習機会も提供

- グループ相談会では、事業者間の課題対応への理解を高め、より能動的な討議機会を誘発。特に、販路開拓や商社等とのネットワークづくりのテーマは、輸出先国や販売チャネルの違い等があるため、複数の専門家からの情報提供が有意義（競合関係を考慮した専門家・グループ設定）
- **グループ相談会での宿題**（国別のハラール認証機関と特徴、グルテンフリー認証に関する基礎情報、JFSやISO22000の要求事項等の提供等）に対して個別に対応することで、事業者へのきめ細かな支援を実施。希望者へは、輸出専門人材との相談機会を再度設定しフォローアップを実施

# 中国四国農政局 | 柑橘産地で産地形成と輸出拡大の両面を支援するセミナーを開催

中国四国農政局では、柑橘産地で支援ニーズが大きい、生産強化・産地形成と出口戦略としての輸出拡大の両面を取り上げたセミナーを2回シリーズで開催し、生産者・加工業者・商社・支援機関等の連携拡大を支援

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- 柑橘産地で支援ニーズが大きい、生産強化・産地形成と出口戦略としての輸出拡大の両面を取り上げたセミナーを2回シリーズで開催し、生産者・JA・加工業者・商社・サービス企業・支援機関等の連携拡大を支援

### ■ かんきつ輸出促進セミナーの実施日程・場所

- 第1回：2/14(金)in高知県、第2回：2/20(木)in徳島県。各回13:00-16:30
- いずれも現地対面とオンライン配信のハイブリッド開催。参加費無料

### 主な実施事項

#### 第1回：産地形成 テーマのセミナー

- 柑橘産地における供給力不足課題に着目し、産地での生産維持に向けた人材確保の取組や、海外ニーズや規制に対応した生産・流通の取組紹介

#### 第2回：輸出拡大 テーマのセミナー

- 香酸柑橘商品のマーケットインの発想による商品づくり・販路開拓の取組紹介や、EU食品包装材規制について専門家が解説。参加者同士の意見交換会を実施

#### 個社要望に応える 連携支援

- 事前ヒアリング結果を踏まえ、セミナー当日・事後に事業者と商社、産地とサービス事業者を引き合わせ連携を支援

## 実施結果

### ■ セミナーの講演者・連携支援機関

- 第1回：高知県, ジェトロ高知, JAにしうわ, JA広島果実連, Kamakura Industries(株), えひめ愛フード推進機構, (株)かぐらの里, (株)ネイバーフード
- 第2回：徳島県, ジェトロ徳島, 日本青果物輸出促進協議会, (株)阪東食品, (同)M&J, ユーロフィン・プロダクト・テストング(株)

### ■ セミナーの参加者（一般参加者及び関係者の合計）

- 第1回：148人（現地45人、オンライン103人）
- 第2回：121人（現地45人、オンライン76人）

### ■ セミナーの参考度

- 第1回：100%が“参考になった”以上と回答
- 第2回：88%が“参考になった”以上と回答

### ■ 連携支援結果

- 中国四国管内・外の複数の事業者・商社間でゆず・すだち等香酸柑橘の果汁・加工品等の商談機会を創出
- 自治体と事業者が連携し国の補助事業の活用を検討
- 参加団体にて人材確保サービスを導入しマッチングに成功

## 主な成果/改善点

【主な成果】生産者・加工業者・商社・支援機関間で産地形成・輸出拡大に向けた連携体制構築のための関係深化ができた

- 青果物産地が抱える課題（人材確保/生産調達維持・強化等）と、品目に特化した輸出実践（商品づくり/販路開拓/EU包材規制対応等）に着目した2回シリーズで開催し、中国四国以外の産地からもオンラインで参加可能なセミナーとしたことで産地間連携のきっかけづくりにも貢献
- 今後は、セミナーを通じて生まれた柑橘事業者・商社・支援機関間の連携した取組を継続的に支援・共有することで、大規模輸出産地への発展や、地方創生の要でもある地域商社の成長が期待される。また関係構築から輸出取組の創出まで一連の支援を他品目へ横展開していくことが重要

# 九州農政局 | インバウンド向け「九州いちご試食イベント」の開催

九州農政局においてはインバウンド向けのイベントを開催し、今後の輸出xインバウンドの支援モデルを構築した

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- 福岡空港にて九州いちご9種類をインバウンド客に試食提供し魅力を発信

### ■ 実施期間・場所

- 2025年1月28日(月)～2025年2月3日(月) ※28日はセレモニーも開催
- 福岡国際空港/国際線旅客ターミナルのイベントスペースにて試食を実施

## 主な実施事項

### 九州いちごの 魅力を試食で発信

- 海外産いちごと比べて九州いちごの“多様な魅力”をアピールポイントとし、インバウンド客向けにファン化を促進

### 多言語コンテンツの 展開

- 9種類のいちごの特徴や歴史などをまとめたリーフレット・カタログ・Webサイトを、7言語にて作成し展開

### インフルエンサー マーケティングの実施

- タイからインフルエンサーを招聘し、試食イベントへの参加とともに観光農園訪問をSNSで展開

## 実施結果

### ■ 共催

- 福岡国際空港、福岡ソノリク、ジェトロ福岡との共催

### ■ 参加者事業者

- 九州管内の地方自治体、生産者団体、生産者などが参加

### ■ 試食提供者

- 計1,705名、アンケート回答1,331名(回収率は約8割)
- 韓国(522名)、日本(304名)、台湾(177名)、香港(157名)、中国(74名)、タイ(34名)、その他(63名)

### ■ 試食提供結果

- 9種類の試食を通じ、九州の多様ないちご品種の魅力を訴求できたとともに、各国・地域の好みなどフィードバックを収集
- セレモニーはメディア各社(計13社)が取材、テレビ・ネット記事で幅広く報道

## 主な成果/改善点

### 【主な成果】

- 海外からのインバウンド客からは、九州の多様ないちごの魅力を感じられたとのフィードバックが数多く寄せられ、九州いちごのファンづくりに貢献
- 地域発のインバウンド向け施策のモデル構築ができ、特に地域の魅力を発信する企画、開催にあたっての協業先、多言語でのコンテンツ作成や発信などの実施内容などは横展開可能となった
- 来年度は試食イベントを点での取り組みから線・面に変えられるよう、PRの拡大や事業者や他団体との連携を拡大する想定

# 事業実施報告

## (1) GFP登録者のフォローアップ業務

- ① GFP登録者へのWebアンケート等調査
- ② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ

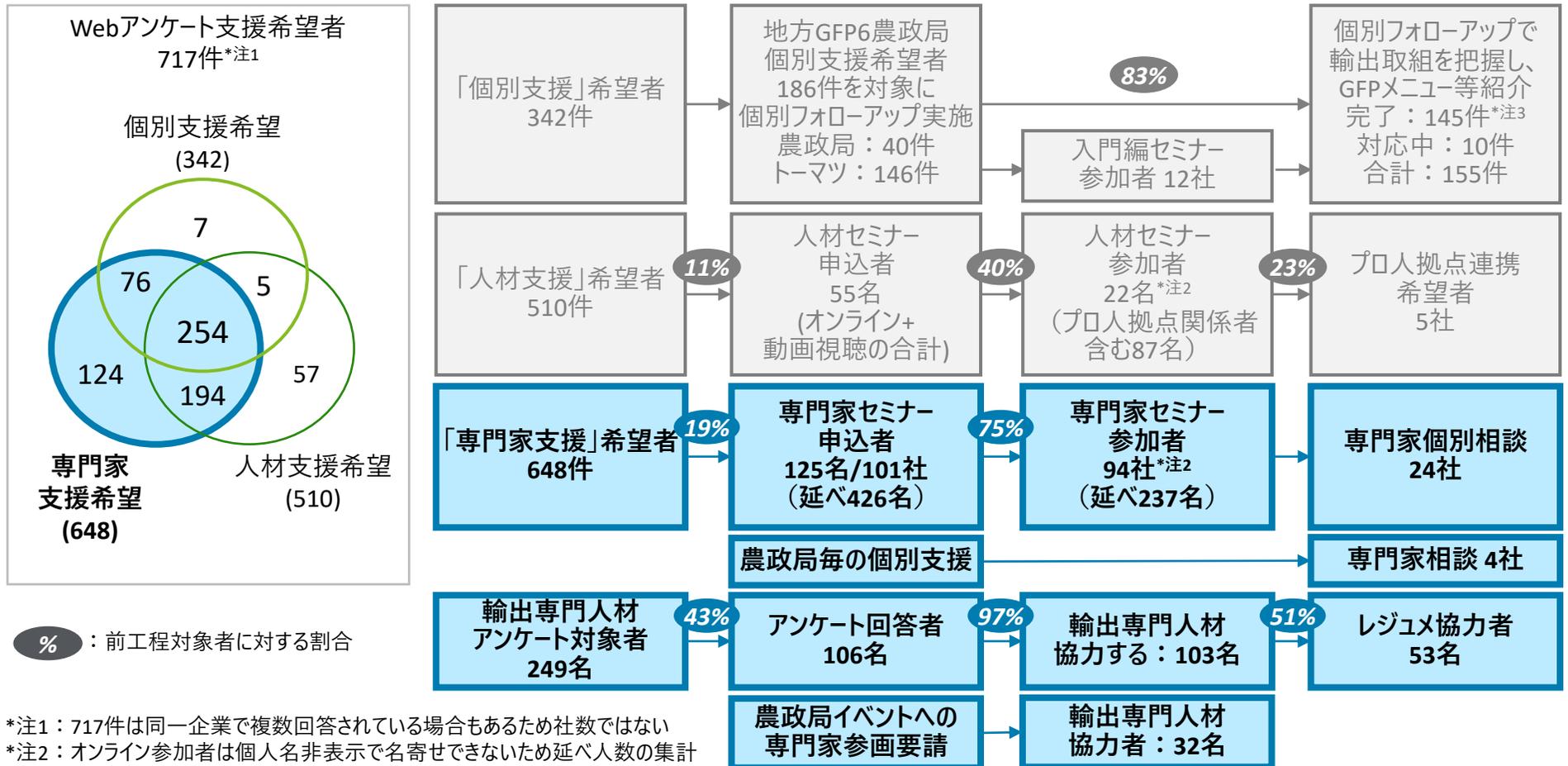
## (2) 支援メニューの実行

- ① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営
- ② 輸出専門人材によるサポート業務手配
- ③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

## (3) 総括の実施

# Webアンケート調査から一連の事業者支援の実績 | 輸出専門人材による支援

「専門家支援」は、セミナー申込率19%・参加率93%となり、専門家との個別相談は24社となった。専門家セミナーとは別に農政局経由で専門家派遣を4社実施した。加えて、今後の専門家派遣を見据えた輸出専門人材リスト化の取組は135名のリスト化を行い、うち53名には専門家のレジюме作成を頂いた



\*注1: 717件は同一企業で複数回答されている場合もあるため社数ではない  
 \*注2: オンライン参加者は個人名非表示で名寄せできないため延べ人数の集計  
 \*注3: 145件には連絡がつかない事業者等の中断は含まない

# オンライン専門家セミナーとオンライン個別相談会の全体像

専門家支援を希望する事業者を主な対象として、広く参加可能なオンライン専門家セミナー実施すると共に、オンライン個別相談会の機会を提供

Step1

オンライン専門家セミナー

1月23～31日

- アンケートの結果を受けて、要望が多かった3テーマ領域について専門家によるオンラインセミナーを開催
- 自社の輸出課題や専門家への相談事項を整理するための個別相談シートの記入方法・申込方法を説明

## 販売関連

加工食品・農産物の販売路開拓、販売・マーケティング等

専門家



## 規制対応関連

加工食品の衛生管理・認証対応、農産物の規制対応等

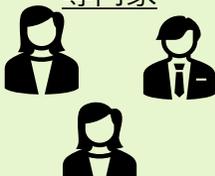
専門家



## 物流関連

食品・農産物の輸出における物流デザイン

専門家



Step2

オンライン個別相談会  
(バーチャル派遣相談)

2月17日～3月19日

- 専門家によるオンライン個別相談会を開催
- 1事業者あたり45分程度の相談枠を設定
- 参加申込に当たっては、個別相談シートを参加申込書と併せて提出



A氏

①

②

③

④



B氏

①

②

③

④



C氏

①

②

③

④

...

# オンライン専門家セミナーのテーマと講師

オンライン専門家セミナーは、5テーマ・10コースを開催。事業者は希望する複数のコースへの参加が可能

## 販売関連(2テーマ・4コース)

### 加工食品を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

「加工食品」の現地販売先開拓、現地輸入業者・卸業者との関係構築、定番化・リピートへのポイント等を解説

講師：クラウン貿易株式会社 山根 雄介 氏

コード：A01 令和7年1月29日(水)13:30～14:30

講師：COUXU株式会社 齋藤 紀臣 氏

コード：A02 令和7年1月27日(月)15:30～16:30

加工食品

### 青果物を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

「青果物」の現地販売先開拓、現地輸入業者・卸業者との関係構築、定番化・リピートへのポイント等を解説

講師：株式会社アライドコーポレーション  
今井 政樹 氏

コード：B01 令和7年1月24日(金)15:00～16:00

講師：Wisemttacフーズ株式会社  
齋藤 義記 氏

コード：B02 令和7年1月27日(月)10:00～11:00

青果物

## 規制対応関連(3テーマ・4コース)

### 食品輸出における食品衛生管理基本

食品輸出における食品衛生管理の考え方、事例等を通じて食品衛生管理に取り組む体制づくり等のヒントを学ぶ

講師：東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏

コード：C01 令和7年1月29日(水)10:00～11:00

### 食品輸出における食品衛生管理の実践及び認証対応

食品輸出における食品衛生管理の実践のヒントや認証(HACCP、FSSC22000等)取得の進め方を解説

講師：東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏  
FSSC財団 日本代理人 出田 宏 氏

コード：D01 令和7年1月24日(金)13:30～14:30

### 青果物を中心とした各国規制対応

主要国・地域の規制動向や規制・法令等の理解、規制への対応方法に関する情報提供

講師：農林水産省 井ノ口 修司 氏

コード：E01 令和7年1月23日(木)13:30～14:30

### 植物検疫と残留農薬基準等対応

青果物輸出における植物検疫や残留農薬基準等の法令・制度等の理解と対応方法を解説(規制が厳しい国・地域等を例に解説)

講師：全国植物検疫協会 藁谷 一馬 氏

コード：E02 令和7年1月24日(金)10:00～11:00

## 物流関連(1テーマ・2コース)

### 食品・農産物等輸出における物流デザイン

輸出における輸送手段の選択、物流効率の向上(国内・現地物流)、鮮度保持・品質維持のポイント等を解説

講師：日本通運株式会社 佐原 潤 氏

コード：F01 令和7年1月29日(水)15:00～16:00

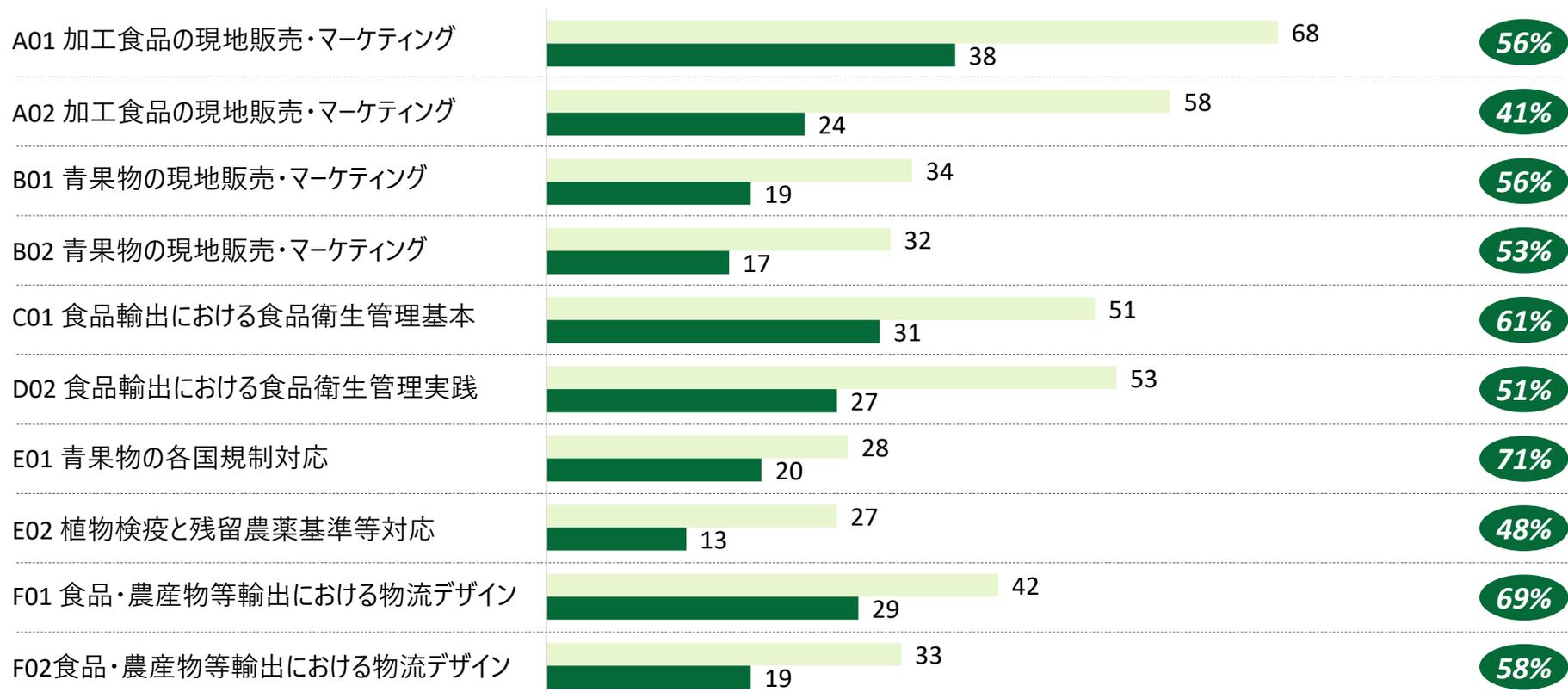
コード：F02 令和7年1月31日(金)10:00～11:00

# オンライン専門家セミナーの申込・参加状況 | コース別

加工食品の販売関連、食品衛生管理・認証対応、物流関連を中心に申込者は125名。参加者は94社(農政局・都道府県行政担当者を除くと87社)、延べ241名となった。各コースの参加率は4割～7割程度

■ 申込者数： 125名/101社      ■ 参加者数： 94社（農政局含む）  
 ■ 延べ申込者数： 426名      ■ 延べ参加者数： 241名

■：申込者数    ■：参加者数（単位：人数）



# 参加者アンケート実施概要

参加者アンケートは、延べ131名、参加社数で59社が回答。回答率は、35%～76%となった

## ■アンケート実施概要

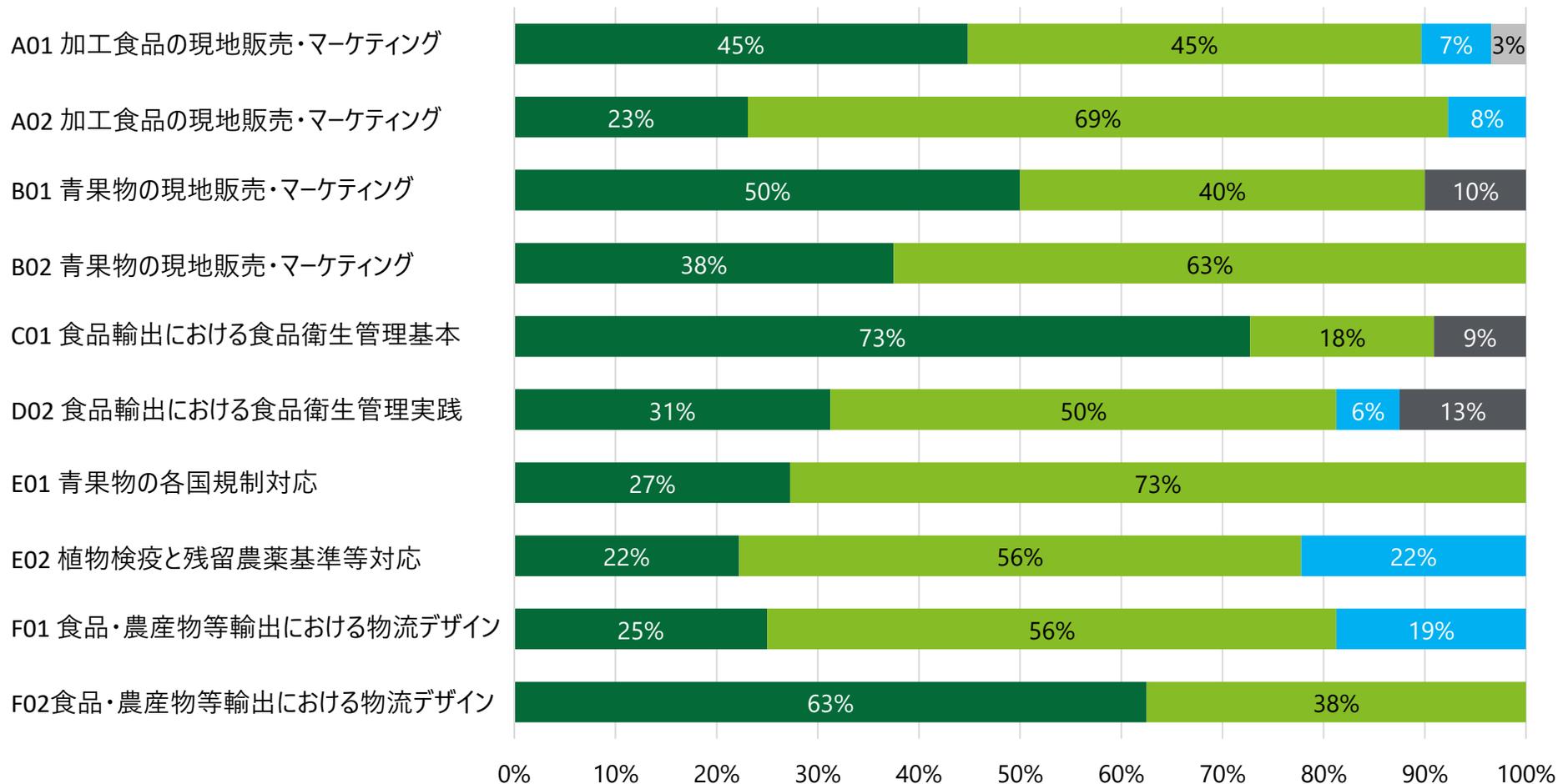
- 日程：2025年1月23日～1月31日
- 対象者：農林水産物・加工食品輸出 専門家セミナーの参加者

	申込者数 (名)	参加者数 (名)	回答者 (名)	回答率
全体参加社数 (社)	125社	94社	59社	63%
延べ参加人数 (名)	426	237	131	55%
A01加工食品の現地販売・マーケティング	68	38	29	76%
A02加工食品の現地販売・マーケティング	58	24	13	54%
B01青果物の現地販売・マーケティング	34	19	10	53%
B02青果物の現地販売・マーケティング	32	17	8	47%
C01食品輸出における食品衛生管理基本	51	31	11	35%
D01食品輸出における食品衛生管理実践	53	27	16	59%
E01青果物の各国規制対応	28	20	11	55%
E02植物検疫と残留農薬基準等対応	27	13	9	69%
F01食品・農産物等輸出における物流デザイン①	42	29	16	55%
F02食品・農産物等輸出における物流デザイン②	33	19	8	42%

## 各セミナーの参考度

各セミナーともに「大変参考になった」「参考になった」と回答する割合が高い結果となった。「どちらとも言えない」等の回答の多くの理由が、想定する内容とのギャップをあげている

■ 大変参考になった ■ 参考になった ■ どちらとも言えない ■ あまり参考にならなかった ■ 参考にならなかった



# 専門家セミナーの概要 | 加工食品を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

参加者の現在の輸出拡大への取組、特に現地販売促進の進め方に関する気づきや次のアクションにつながる情報提供がされた。具体的なアプローチや事例を通じた考え方や手順の説明が参加者の理解度や意欲を高めた

コード：A01

クラウン貿易株式会社 山根 雄介 氏

## 概要

### ■ 概要

- 輸出状況が異なる参加者の実情を踏まえ、初級・中級・上級それぞれの事業者毎に押さえるべきポイントを解説頂き、どうしたら“たくさん”売れるか、売れるモノを売れる所で売するためのセリング&マーケティング（売る努力と売る前の努力）の方法について事例を交えて話題提供

### ■ 話題提供の骨子

- 国内外の日本食の動向と系譜
- 海外日本食市場へのアプローチ方法
- 海外日本食市場の情報収集方法
- 海外輸出で気をつけるポイント
- 輸出商談で気をつけるポイント

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 輸出初心者にもステップアップの方法を分かりやすく解説頂き勉強になった
- 当社が見落としていた現地視察のポイント、商品ラベルについて教授頂けた
- どの業態を狙うかによりパッケージを変える必要性や現地に行かなくても海外情報を収集する方法を知ることができた
- 日系と非日系に対する戦略やアプローチの違いがとても参考になった
- 現地情報の把握を商社任せではなく、メーカー自身も理解・研究・検証を進めていきたい

コード：A02

COUXU株式会社 齋藤 紀臣 氏

### ■ 概要

- 「これだけは知っておきたい。」中小企業の海外営業と具体的なアクションを副題として、経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）が限られる中小事業者における、顧客の明確化、現地の生の声を聞く機会の重要性、購入者視点での営業活動の設計、顧客獲得コストの低減のアプローチを解説

### ■ 話題提供の骨子

- 海外進出・海外営業の基本
- 日本中小企業の海外進出の現状と進めない理由
- 日本中小企業の海外進出を成立させる2つの理由
- 低リソースでどのように実施していくか

- 具体的な営業展開手法や商談後アプローチが参考になった
- 個別商談の効率化のスキームや営業の流れが分かった
- 展示会で関係構築できた会社との商談進めている本格的な検討のタイミングで改めて販売先接点の強化を進めていく必要性を確認でき参考になった
- 実用性ある情報と即活用・役立ちそうなノウハウが満載だった
- リソースがない中で、事業推進する際の課題を再確認できた
- 商品の良さだけでなく、バイヤー企業の利益につながるかを意識する点は、改めて意識したい

# 専門家セミナーの概要 | 青果物を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

専門家の過去の経験やノウハウ、青果物輸出に関する思いが参加者に気づきと意欲の向上を引き出した。現地販売プロモーションの重要性や販売促進の方法等、具体的なアクション検討の参考になった

コード：B01 株式会社アライドコーポレーション 今井 政樹 氏

コード：B02 Wismettacフーズ株式会社 斎藤 義記 氏

## 概要

### ■ 概要

- 「青果物」の現地販売先開拓、現地輸入業者や卸売業者との関係構築、定番化やリピートへのポイントを東南アジアを中心とした生産者との連携した取組事例などを通じて解説

### ■ 話題提供の骨子

- 青果物輸出のビジネスモデルや青果物輸出におけるポイント
- 生産者・産地と連携した輸出事例
- 各産地との連携した取組事例
- これまでの青果物輸出への取組を通じた輸出ビジネスモデル構築上のポイントや学び、期待

### ■ 概要

- 「青果物」の現地販売先開拓、現地輸入業者や卸売業者との関係構築、定番化やリピートへのポイントを北米を中心としたこだわりを持った生産者とその生産物の輸出への取組を通じて解説

### ■ 話題提供の骨子

- こだわりを持った青果物生産者からのメッセージ
- 北米を中心とした青果物輸出の状況
- 各種プロモーション事例とポイント  
ターゲット顧客と統合的プロモーション施策の事例

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 長い経験から出た実際の現場についてよくわかりました
- 新鮮で具体的な内容でもっと聞きたいと思いました
- 産地の方と連携して日本産青果物の輸出促進を行っている具体的な内容を学ぶことができた
- バリューチェーンの解説とボトルネックの潰し方が参考になった
- 持っていただけではダメで、その先の消費者へのアクションが必要であることに取り組みたい
- 産地様、輸出業者様の想いを組んで輸送に取り組んでいきたい

- 海外市場のリアルな様子が分かった
- 現地でのプロモーション活動と具体的な事例が参考になった
- SNSの活用方法や生産者によるPR支援の具体的な事例が参考になった
- 味の良いものは、売る場所・売り方によって高く売れることが参考になった。商品のPRの仕方や売る場所を検討したい
- GFP関東のいちごフォーラムで聴講したが具体的な内容を知ることができ、SNSやプロモーションの取組が大変参考になった。戦術面の取組を見直していきたい

# 専門家セミナーの概要 | 食品輸出における食品衛生管理の基本と実践・認証対応

参加者の取組熟度が異なる中、HACCPの考え方に基づく食品衛生管理の進め方、FSSC等の国際認証とISO規格とFSSC要求事項の枠組みの整理等は、事業者の次のアクションや自社取組の改善点への気づきを提供した

コード：C01

東京サラヤ株式会社  
家柳 典行 氏

## 概要

- 概要
  - 食品輸出における食品衛生管理の考え方、事例等を通じて食品衛生管理に取り組む体制づくりのポイントを解説
- 話題提供の骨子
  - 一般衛生管理とHACCPの位置づけ及びコーデックスや米国新GMP規則との比較
  - HACCPの考え方に基づく衛生管理
  - HACCPの7つの原則と12の手順
  - 手順毎のポイント解説
    - ・HACCPチームの編成
    - ・フローダイアグラムの作成と現場確認
    - ・ハザード分析 等

コード：D01

東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏  
FSSC財団 日本代理人 出田 宏 氏

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 世界の流れが良く分かった
- 実に優れた講演でした。実際の現場を知り経験のある方ならではの解説(口頭での補足等)で、聞く者の理解の助けになります
- SQFの管理をしているが、書類作成の参考になった
- どの食品に人体に有毒なものがイラスト付で分かりやすかった
- 本セミナー内容を開発部と加工部にシェアして、より良い商品開発を目指したい

- 概要
  - 輸出における食品衛生管理の考え方、HACCP認証取得に向けた取組の進め方、食品輸出における認証対応としてFSSC22000認証の概要と認証までの道筋について解説
- 話題提供の骨子
  - フードチェーンに乗せるための顧客要求事項
  - GFSIのビジョンと取組
  - 食品輸出に向けたステップと輸出に必要な衛生管理
  - 第三者認証の必要性と信頼される規格と認証の仕組み
  - FSSC22000認証スキーム、FSSC22000の要求事項の枠組みとISO22000:2018、産業別技術仕様(TS22002)の関係
  - FSSC22000認証までステップ

- 第三者認証の重要性を実感。どの国に輸出したいか、よく考えたうえで製造し、どの認証が必要かをもっと調べたい
- FSSCの詳細が理解できた
- FSSC22000スキーム文書の日本語版が無料で入手できることが分かったのはよかった
- 今取り組んでいることが間違いではなかったと確信した
- FSSC22000取得を目指す中で、GAP分析から取得ルートは参考になった
- GFSI承認プログラムへの理解ができた、第三者認証を受けたい

# 専門家セミナーの概要 | 青果物を中心とした各国規制対応

青果物輸出における各国規制対応の全体像への理解が進んだ。また、規制情報の入手方法、相談窓口等の具体的なアクションにつながる情報提供ができた

コード：E01

農林水産省 井ノ口 修司 氏

## 概要

- 概要
  - 青果物の輸出に係る輸出先国・地域の規制動向をテーマに、植物検疫、残留農薬基準を中心とした各国規制対応状況と課題、必要な情報源等の情報提供
- 話題提供の骨子
  - 青果物の輸出の現状
  - 植物検疫の目的と制度概要、植物検疫の協議状況
  - 残留農薬基準及びインポートトレランス申請
  - 残留農薬基準超過件数の推移と各産地における取組
  - その他規制
    - タイ向け選別及び梱包施設に係る規制
    - FSMA

コード：E02

全国植物検疫協会 藁谷 一馬 氏

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 現状についての丁寧な説明が得られた
- 規制情報の収集情報HPがある旨理解した
- 国によって残留農薬基準が違う等の留意点が参考になった
- 生鮮品における輸出の制度や仕組みの全体像を把握できた
- 検索ツールなどを紹介頂いた。今後活用していきたい (OMARS)
- さすが公的な方の発信は情報が多く参考になった

- 概要
  - 農産物の輸出に係る植物検疫と残留農薬への対応をテーマに、植物検疫制度の各国検疫条件や植物検疫の流れと留意点、残留農薬基準の情報源、品目毎の残留農薬基準超過事例と対応方向について解説
- 話題提供の骨子
  - 農産物の輸出における課題
  - 植物検疫制度と検疫の流れと留意点
  - 残留農薬基準と品目別の超過件数及び品目別の対応方向
  - 農産物輸出における植物検疫、残留農薬基準以外の課題、農産物輸出にあたり確認・実施すべき事項

- 植物検疫、残留農薬に関する内容について、各品目で意識すべき点が把握でき、生産者への適切な支援につなげたい
- 植物検疫に関する相談窓口設置の情報が有益であった
- 今まで聞いただけだった台湾の事例を、数字や薬品名で確認できた。EU向けの情報もあるとのことなので、メールで問い合わせてみます
- 代替農薬の使用時には、当協会へ相談させて頂きます
- 各国での基準の違い等理解でき、輸出可能な国も絞られるためターゲット国も絞られる点を活用したい

# 専門家セミナーの概要 | 食品・農産物等輸出における物流デザイン

具体的な輸出物流の課題解決事例が参考になり、輸送手段の選定における目安等は今後の物流設計へのヒントを提供し、品質や鮮度を維持しつつ物流コストを低減する方法論や選択肢への情報提供となった

コード：  
F01・F02

日本通運株式会社 佐原 潤 氏

## 概要

- 概要
  - 輸出における輸送手段の選択、物流効率の向上(国内・現地物流)、鮮度保持・品質維持のポイント等を輸出業務等の基本と生鮮・食品輸出の事例を通じて話題提供
- 話題提供の骨子
  - 貿易（輸出業務）の流れ
  - 輸出者の業務とフォワーダーの業務
  - 輸送モード別の特徴
  - 輸送モードの検討
  - 生鮮・食品輸出の物流上の課題と品目別の課題解決事例
  - 参考：生鮮食品保健と2024年問題

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 大田市場を活用した物流等の課題解決事例が参考になった
- 非常にわかりやすい説明で、一度に出荷する物量をまとめて大きくすることで物流コスト削減につながることが分かった
- 輸送運賃コストや実際の事例に基づく解決策がとても勉強になった
- 航空機と船便をどのように使い分けるべきかが分かった。輸出エリア・品目別に適切な輸送を検討していきたい
- 鮮度保持や梱包、物量等で輸送コストの計算に活用したい
- 品質を維持しつつ輸送コストを抑制する際の選択肢が増えた

# オンライン専門家セミナーとオンライン個別相談会の全体像

専門家支援を希望する事業者を主な対象として、広く参加可能なオンライン専門家セミナー実施すると共に、オンライン個別相談会の機会を提供

Step1

オンライン専門家セミナー

1月23～31日

- アンケートの結果を受けて、要望が多かった3テーマ領域について専門家によるオンラインセミナーを開催
- 自社の輸出課題や専門家への相談事項を整理するための個別相談シートの記入方法・申込方法を説明

## 販売関連

加工食品・農産物の  
販路開拓、販売・  
マーケティング等

専門家



## 規制対応関連

加工食品の衛生管  
理・認証対応、農産  
物の規制対応等

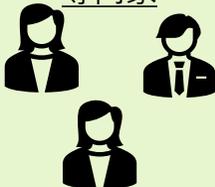
専門家



## 物流関連

食品・農産物の輸出  
における物流デザイン

専門家



Step2

オンライン個別相談会  
(バーチャル派遣相談)

2月17日～3月19日

- 専門家によるオンライン個別相談会を開催
- 1事業者あたり45分程度の相談枠を設定
- 参加申込に当たっては、個別相談シートを参加申込書と併せて提出



A氏

①

②

③

④



B氏

①

②

③

④



C氏

①

②

③

④

...

# オンライン個別相談会のテーマと専門家

オンライン個別相談会は、18テーマ・30枠を設定し募集。事業者は希望するコースへの個別相談シートを添えて申込が可能

販売関連(9テーマ)		規制対応関連(6テーマ)		物流関連(3テーマ)
<b>A1</b> 輸出計画具体化の進め方 各地方農政局 輸出促進サポーター		<b>D1</b> 加工食品輸出における食品衛生管理実践・HACCP実践 東京サラヤ 家柳 典行氏、高澤品質管理研究所 高澤 秀行氏、DNVジャパン ビジネス・アシュアランス 長谷川 清氏		<b>E1</b> 農産物輸出における規制対応(植物検疫と残農基準) 全国植物検疫協会 藁谷 一馬氏
<b>A2</b> 加工食品の商流構築の進め方(北米中心) クラウン貿易 山根 雄介氏	<b>B1</b> コメ・コメ加工品の商流構築の進め方(有機米・有機食品中心) Wakka Japan 佐藤 陽介氏	<b>D2</b> 加工食品輸出における賞味期限延長・品質管理 食品品質プロフェSSIONナルズ 広田 鉄磨氏		<b>E2</b> 適正農業規範(GAP)の推進・国際認証取得 日本品質保証機構/JQA 天坊 容子氏
<b>A3</b> 加工食品の商流構築の進め方(東南アジア中心) COUXU 齋藤 紀臣氏	<b>B2</b> 青果物の商流構築の進め方(北米中心) Wismettacフーズ 齋藤 義記氏	<b>D3</b> 米国における食品安全規制対応(FSMA) トップウェイリサーチ&コンサルティング 道上 安幸氏		<b>F1</b> 「加工食品」輸出における輸送効率化・品質維持 日本通運 佐原 潤氏
<b>A4</b> 加工食品の商流構築の進め方(中東中心) クロスリーチ 石橋 哲也氏	<b>B3</b> 青果物の商流構築の進め方(東南アジア中心) アライドコーポレーション 今井 政樹氏	<b>E3</b> 有機農産物(有機JAS)の認証取得 日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会/JONA 高橋 俊彰氏		<b>F2</b> 「青果物」輸出における輸送効率化・品質維持 日本通運 佐原 潤氏
<b>A5</b> 加工食品の現地販売強化(中小ロット輸出事業者) ワオラボ 小粥 おさ美氏				<b>F3</b> 食品・農産物等輸出における物流計画立案・手続きのポイント デロイトトーマツ税理士法人 山本卓馬氏、河合 牧氏
<b>A6</b> 加工食品の現地販売強化(中小ロット輸出事業者) 萌す 後藤 大輔氏				

: 加工食品中心  
 : コメ・青果物中心  
 : 物流・手続き中心

# 個別相談会の開催実績 | 専門家と事業者属性

個別相談会は25社の事業者に相談機会を設定し、各社輸出課題に対する輸出専門家人材からのアドバイスやディスカッションを実施

#	コード	日程	時間	コース名	専門家	事業者/属性
1	A21	2月21日	13:30-14:30	加工食品の商流構築の進め方(北米中心)	食品商社	茶生産者
2	A22	2月21日	15:00-16:00	加工食品の商流構築の進め方(北米中心)	食品商社	加工食品事業者
3	A31	2月28日	10:00-11:00	加工食品の商流構築の進め方(アジア中心)	輸出コンサル	加工食品事業者
4	A41	3月4日	10:00-11:00	加工食品の商流構築の進め方(中東中心)	食品商社	輸出支援事業者
5	A51	2月26日	10:00-11:00	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	水産加工事業者
6	A52	2月27日	10:00-11:00	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	菓子事業者
7	A53	3月3日	10:00-11:00	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	茶生産者
8	A54	3月5日	15:00-16:00	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	加工食品事業者
9	A61	3月3日	13:30-14:30	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	輸出支援事業者
10	A62	3月3日	16:00-17:00	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	加工食品事業者
11	A63	3月5日	10:00-11:00	加工食品の現地販売強化(中小ロット中心)	輸出コンサル	生産組合
12	B11	3月3日	15:00-16:00	コメ・コメ加工品の商流構築の進め方(オーガニック商品)	食品商社	加工食品事業者
13	B22	2月25日	13:30-14:30	青果物の商流構築の進め方(北米中心)	食品商社	青果物生産者
14	B31	2月21日	10:00-11:00	青果物の商流構築の進め方(東南アジア中心)	食品商社	青果物生産者
15	B32	3月10日	10:00-11:00	青果物の商流構築の進め方(東南アジア中心)	食品商社	青果物生産者
16	D11	2月18日	10:00-11:00	加工食品輸出における食品衛生管理実践・HACCP実践	食品衛生管理・規制対応専門家	水産加工事業者
17	D12	3月13日	13:30-14:30	加工食品輸出における食品衛生管理実践・HACCP実践	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者
18	D21	3月6日	13:30-14:30	加工食品輸出における賞味期限延長・品質管理	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者
19	D31	2月19日	13:30-14:30	米国における規制対応(FSMA等食品安全規制対応)	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者
20	D32	2月19日	15:00-16:00	米国における規制対応(FSMA等食品安全規制対応)	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者
21	E11	2月17日	10:00-11:00	農産物輸出における規制対応(植物検疫・残農基準)	食品衛生管理・規制対応専門家	青果物生産者
22	E31	3月5日	10:00-11:00	有機農産物・食品の認証への取組	有機認証専門家	有機農産物生産者
23	F21	3月5日	13:00-14:00	青果物輸出における輸送効率化・品質維持	物流専門家	水産卸・生産事業者
24	F31	3月19日	15:00-16:00	農産物・食品輸出における物流計画立案・手続きのポイント	物流専門家	水産加工事業者

# 個別相談会の開催実績 | 相談概要(1/4) | 規制対応関連

規制対応では、各国規制対応の進め方や規制・認証対応に必要な追加コストの費用対効果等を踏まえた進め方の相談が行われ、各社の実情に合ったネクストアクションが明確になった

規制	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
規制1	加工食品輸出における食品衛生管理実践・HACCP実践	食品衛生管理・規制対応専門家	水産加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO22000やFSSC22000取得検討中。初期コスト・ランニングコストと限られたリソースを前提とした認証取得手順</li> <li>ISO22000やFSSCの規格体系と関係性の解説と認証取得動機の体系的な理解を深め、現実的な取得ステップやスケジュール、費用感についてのアドバイス。事業者の現在の取組を踏まえた現実的な取得スケジュールや対応策について解説</li> </ul>
規制2	加工食品輸出における食品衛生管理実践・HACCP実践	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出拡大に向けた食品衛生に関する第三者認証取得に向けた手順、賞味期限延長に向けた対策方向</li> <li>事業者の輸出品目を想定した輸出先国別の規制動向や認証取得難易度に基づく優先順位付けの方向性。賞味期限延長における原材料設計、包材選定の考え方、輸送時における温度管理や輸送ルート選定上の留意点等をアドバイス</li> </ul>
規制3	加工食品輸出における賞味期限延長・品質管理	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>各国規制や規格への対応負荷の低減、賞味期限延長への対応方向</li> <li>EU向け包材選定や微生物検査等の記録に関する実際的な対応方法、賞味期限延長における製品品質の捉え方や現地販売先からの要求事項とメーカーとしての対応方針の決定の仕方等についてのアドバイス</li> </ul>
規制4	米国における規制対応 (FSMA等対応)	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>FDA査察対応、食品表示ルールの把握</li> <li>FDA査察対応の準備の進め方を解説。各国表示ルールの比較表、米国食品表示規定 FDA CFR21 101等を解説</li> </ul>
規制5	米国における規制対応 (FSMA等対応)	食品衛生管理・規制対応専門家	菓子事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>FDA査察対応、輸出に必要なFSSC22000、FSMAなどへの対応</li> <li>FDA査察対応で参照すべき文書の案内、米国輸出に必要な認証取得と対応方向。ISO22000の規格体系やFSSC22000要求事項等の対応関係の解説等</li> </ul>
規制6	農産物輸出における規制対応 (植物検疫・残留基準)	食品衛生管理・規制対応専門家	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出開始にあたり、検疫や残留農薬基準への対応の準備の進め方</li> <li>各国の規制及び残留農薬基準の確認方法、および代替農薬使用などの手法の紹介。相談会後に各国規制情報確認の方法を専門家より紹介 等</li> </ul>
規制7	有機農産物・食品の認証への取組	食品衛生管理・規制対応専門家	有機農産物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>有機JAS認証取得に向けた留意点。生産工程管理における有機JAS認証取得におけるポイントや具体的な認証取得手順やスケジュール</li> <li>有機市場動向、及び有機JAS認証における生産と格付に関する認証体系の解説、認証取得に向けた講習受講や書類審査・現地審査のステップについて解説。資材における薬剤使用等に関する留意点等をアドバイス</li> </ul>

## 個別相談会の開催実績 | 相談概要(2/4) | 販売関連

販売関連では、各社輸出商品や輸出先国の現地商流の特徴を踏まえた相談が行われ、特に事業者の商品や既存の取組の強みを活かした販路開拓や商社連携の進め方に関するアドバイスが実施された

販売	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
販売1	加工食品の商流構築の進め方 (欧米中心)	食品商社	茶生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>有機茶の加工品の米国輸出に向けた販路開拓の進め方</li> <li>米国における輸出規制対応と商流構築に関する課題についてアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売2	加工食品の商流構築の進め方 (欧米中心)	食品商社	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>加工食品の米国輸出に向けた販路開拓の進め方</li> <li>米国市場における販路開拓のポイントや差別化要素の認識の重要性と進め方、参考となる事例提供などを通じたアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売3	加工食品の商流構築の進め方 (アジア中心)	輸出コンサル	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドに加え、今後本格的な輸出への取組における販路開拓や輸出計画具体化の進め方</li> <li>間接・直接輸出に限らず、現地卸やバイヤーのニーズ把握の重要性や既存の取組と並行して現地企業との商談機会の設定に関するアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売4	加工食品の商流構築の進め方 (中東中心)	食品商社	輸出支援事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>柑橘輸出団体の運営を支援。柑橘・加工品の輸出拡大や販売戦略の具体化</li> <li>中東における柑橘等の需要や市場動向、輸出事例の説明、販売戦略におけるチャネル政策に関する留意点や進め方についてアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売5	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	水産加工品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地ニーズに合ったレシピ開発、商談会での効果的な販促方法、継続取引に向けたポイント等</li> <li>効果的なレシピ開発を進める方法論や事例の紹介、継続取引につなげるための課題と対策に関するアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売6	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	菓子事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>展示会参加し自社に合致する輸出商社や取引先と関係構築ができていない</li> <li>小ロット輸出における輸出方法・直接輸出等の方法、事例紹介などを通じたアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売7	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	茶生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>有機茶の加工品の米国輸出に向けた販路開拓の進め方</li> <li>抹茶の引き合いの強さや需要国に関する情報提供、東南アジアにおける需要と販売戦略の方向性についてのアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>

# 個別相談会の開催実績 | 相談概要(3/4) | 販売関連

販売関連(中小ロット)では、生産規模に合ったより重点化した販路開拓や現地ニーズを踏まえた商品開発に関するアドバイスが実施され、各社の商品開発や販売先開拓のアクションの選択肢が提供された

販売	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
販売8	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売チャネル選択のポイント、メニュー提案など売り方</li> <li>事業者商品の需要国の例の情報提供、事業者商品のフィットしそうなメニューに関するアドバイス、及び外食チャネルに関するニーズ等に関する意見交換</li> </ul>
販売9	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	輸出支援事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>アジアを中心とした輸出拡大を検討中。販売戦略・商流構築の進め方</li> <li>直接輸出や現地での喫食シーンを想定した提案や販売・マーケティングの進め方についてのアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売10	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>提案力が課題。展示会や現地パートナーとの連携を強化し商談を進めたい</li> <li>ロットに応じた商流開発のポイントや事業者の生産体制などを踏まえた商品開発の可能性や方向性についてもアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売11	加工食品の現地販売強化 (中小ロット)	輸出コンサル	生産組合	<ul style="list-style-type: none"> <li>現在取引ある輸出商社と現地ニーズのずれ等、現地ニーズの把握方法や商品開発への反映方法</li> <li>海外現地ニーズの把握の仕方、販路開拓につながる取組事例の紹介、自社の輸出事業計画具体化に向けたアドバイス、意見交換の実施</li> </ul>
販売12	コメ・米加工品の商流構築の進め方	食品商社	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>有機食品の欧米輸出を検討中。今後有機JAS認証取得も検討中。有機食品市場や販路拡大の進め方</li> <li>有機商品や無添加食品などの市場についての意見交換、有機認証取得が必要な販売ルートと認証取得しなくとも販売可能な市場に関する情報提供・アドバイス</li> </ul>
販売13	青果物の商流構築の進め方 (欧米中心)	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出拡大に向けた販路拡大の進め方</li> <li>生果や加工品の輸出における需要に係る情報提供、今後の輸出拡大に向けた商流開発に係るアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売14	青果物の商流構築の進め方 (東南アジア中心)	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出拡大に向けた販路開拓や輸出計画の具体化</li> <li>青果物の輸出サプライチェーンにおける品質確保・鮮度確保の方法や、特に東南アジア向け青果物輸出に係るポイントなどをアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
販売15	青果物の商流構築の進め方 (東南アジア中心)	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>東南アジア向けの青果物輸出・販路拡大の進め方</li> <li>青果物輸出における輸送方法選択とメリット・デメリット、国内物流における論点と対策、日本産と現地産・他国産との差別化の仕方等のアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>

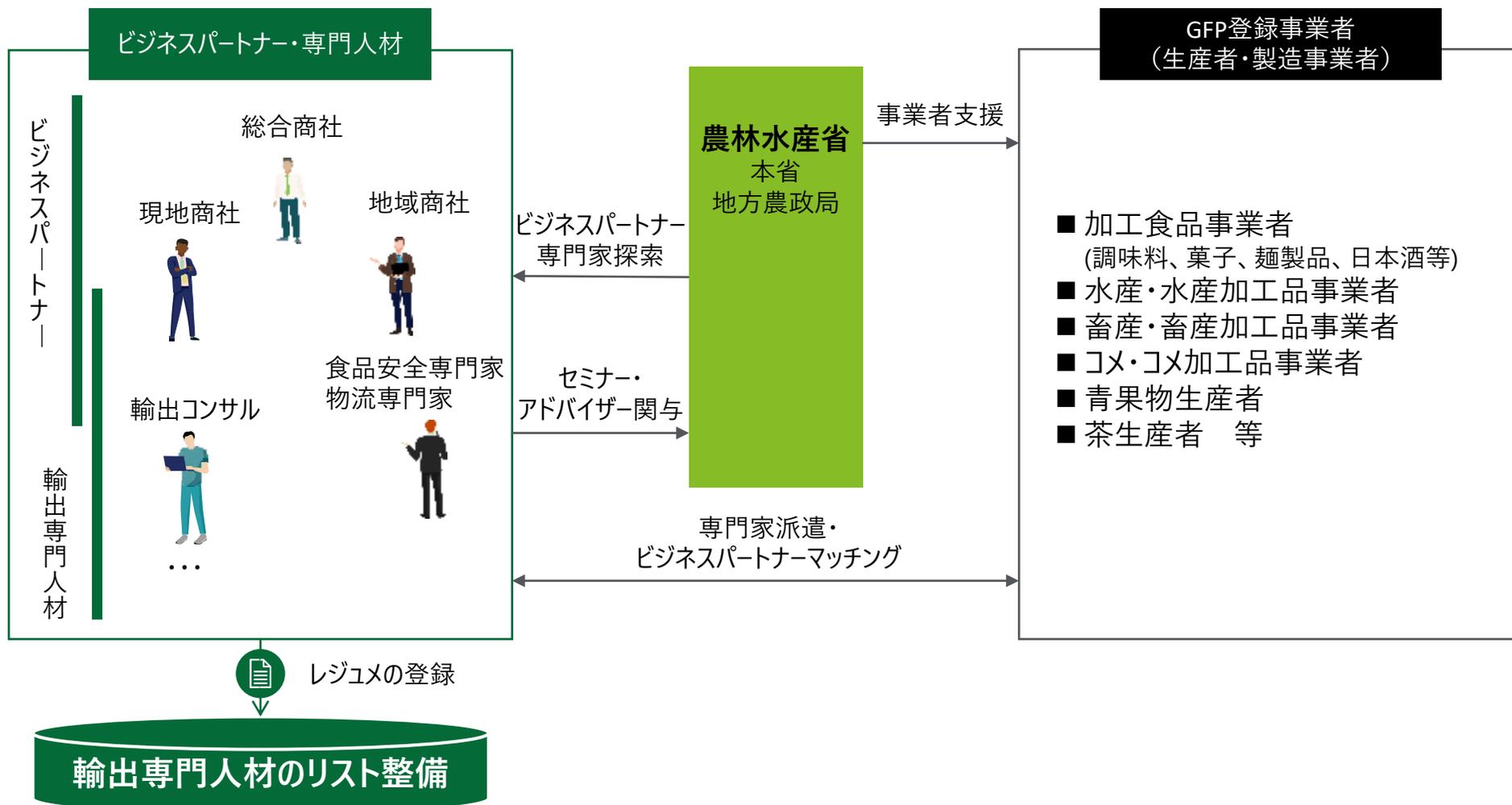
## 個別相談会の開催実績 | 相談概要(4/4) | 物流関連

物流関連では、主に鮮度保持に関する輸送品質の確保の方法論についての相談が行われ、出荷から現地店舗に並ぶまでのコールドチェーン構築のポイントと選択肢等が提供された

物流	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
物流1	青果物輸出における輸送効率化・品質維持	物流専門家	水産卸・生産事業者	<ul style="list-style-type: none"><li>アジア向け輸出における鮮度保持、輸送品質の確保の課題対応</li><li>輸送時における鮮度保持の論点及び対策事例の紹介、国内から現地までのコールドチェーン構築に関するアドバイス、意見交換を実施</li></ul>
物流2	農産物・食品輸出における物流計画立案・手続きのポイント	物流専門家	水産加工事業者	<ul style="list-style-type: none"><li>オーストラリアを中心に輸出先国を検討中につき、オーストラリア向けの輸出にかかる物流計画策定にかかる物流計画構築のポイントをアドバイス</li></ul>

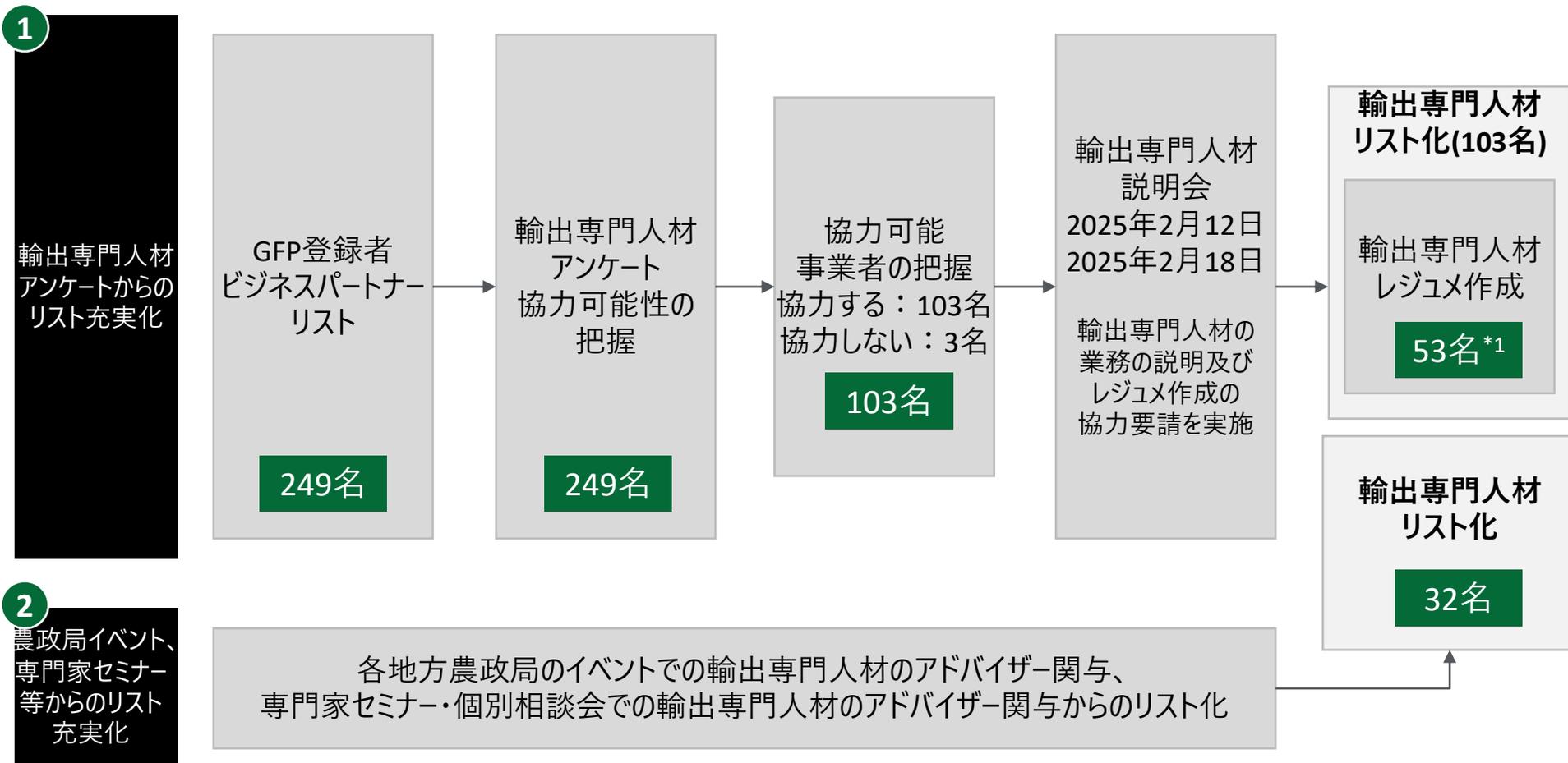
# 輸出専門人材による支援イメージ

輸出促進に協力いただける輸出専門人材のリスト化を行い、レジユメを登録の上で効果的なマッチング支援を実現する



# 輸出専門人材リスト作成プロセス

GFP登録者のうちビジネスパートナーリスト掲載のある事業者へ輸出専門人材アンケートを実施したのち、輸出人材に関する説明会を開催し、輸出専門人材リスト・レジюме作成への協力要請を行った



\*1: うち1名は、近畿農政局管内の専門家派遣時にレジюмеを作成頂いた

# 輸出専門人材アンケートと説明会の実施概要

GFP登録する輸出支援事業者への輸出専門人材アンケートを実施し、103件の「協力する」との回答を得た。その後、輸出専門人材に関する説明会を開催し、地方GFPの取組や専門家支援の業務イメージを共有

## 輸出専門人材アンケートの実施概要

- 背景：
  - GFP登録事業者には、商社や輸出コンサル等の輸出支援事業者が登録されている
  - 他方、現在アクティブなのかが曖昧で、相談して良いか二の足を踏むケースも少なくない
  - 積極的にGFPコミュニティを活用し、輸出ビジネスを推進する事業者を特定し、スムーズなマッチングや輸出専門人材による助言機会を作りたい
- 目的：
  - GFP登録事業者のうち、ビジネスパートナーリストから、輸出専門家として地方GFP事務局経由で事業者支援に協力してもらえる事業者を明らかにする
  - 輸出専門家リストの充実を図り、スムーズに輸出専門人材との相談機会を設定できる仕組みの構築につなげる
- 輸出専門人材アンケートの実施概要：
  - 実施時期：2024年11月中旬～2024年12月中旬
  - 配布数：249件
  - 回答数：106件（42.6%）
  - 協力すると回答した事業者数：103件（協力しないと回答した事業者はGFPへの理解不足によるもの）

## 輸出専門人材に関する説明会

- 目的：
  - 本年度の地方GFPの取組及び輸出専門人材への期待を共有
  - 地方GFPにおける輸出専門人材の業務イメージの共有
  - 輸出専門人材のレジюме作成の協力要請
- 開催日時：
  - 2025年2月12日 15:00～15:30
  - 2025年2月18日 15:30～16:00
- アジェンダ：
  - イントロダクション
  - 農林水産省輸出・国際局輸出支援課 挨拶
  - 令和6年度の地方GFP事業の取組概要
  - 地方GFPにおける輸出専門人材の紹介サービス
  - GFP輸出専門人材プロフィールご提供に関するご依頼事項
  - 質疑応答

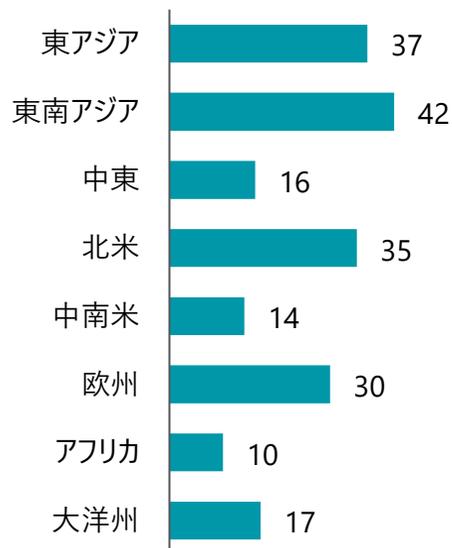
# 輸出専門人材のレジユメの作成

53名の輸出専門人材のレジユメ作成に協力頂いた。輸出国・地域、品目、支援領域は以下の通り

本年度は53社・53名の専門家よりレジユメ提出あり

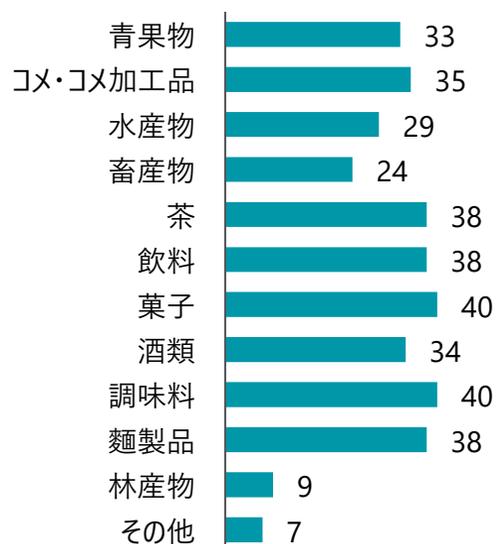
## 輸出国・地域別内訳

アジア・欧米を中心に、主な国・地域への支援可能な専門家対応が可能



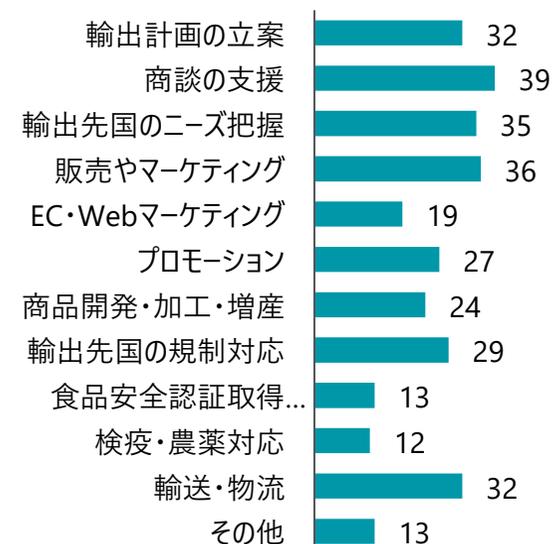
## 品目別内訳

品目別では農林水産物及び加工食品でバランスよく対応が可能



## 支援領域別内訳

販路開拓・商談支援・販売マーケティング領域を中心に、生産・規制対応・認証対応支援、輸送・物流などで対応が可能



今後、本年度協力いただいた輸出専門人材との関係強化と事業者支援の機会拡大を優先的に実施していく

注：各項目は複数回答

# 【参考】輸出専門人材のリスト化イメージ

専門家の専門領域や主な実績、輸出先国、品目、支援領域等の情報を整理頂き、事業者からの問い合わせや要望に対してタイムリーに紹介できる環境整備につなげる

イメージ

## 農林水産省GFP輸出専門人材によるサポート業務プロフィール登録イメージ



ABC株式会社 | ABCグループ

山田 太郎 / Taro Yamada

役職名 | 部署名 | e-mail: taro.yamada@abc.com | tel: 03-1234-5

ABC株式会社は、食品の専門商社でグローバル〇〇カ国への輸出実績を有しており、当社独自の〇〇サービスを展開しています。総合商社及び食品メーカ〇〇地域への輸出ビジネスの責任者として日々、メーカーや各事業者、行政等と新たな輸出を通じた新規ビジネスに取り組んでおり、地域の有望な農林水産物と連動した輸出促進等にも取り組んでいます

### コンタクト方法

- 対面、オンラインどちらでも可

### メッセージ/コメント

- 地方には沢山の地域資産やきらりと光る技術、商品、ネットワーク等ではないこうした資産を結合・融合し、新たな地域の価値や商品の価値

### 専門領域/主な業務経験

- 〇〇地域（主な国：〇〇、〇〇、〇〇等）を中心とした現地販路開拓、現地商流・物流構築へのアドバイス
- 〇〇地域における日系及び現地系商流ネットワークへのアクセス支援
- 現地ニーズに合致した輸出に適した商品開発や原料調達に係るアドバイス及びコーディネート
- インバウンドと輸出促進の実証プロジェクト
- インフルエンサーマーケティング、ライブコマース等のプランニング及び販売・マーケティング活動のサポート
- 〇〇県 加工食品の輸出促進における押さえるべきポイント(講師)
- 〇〇県 食品等輸出促進における輸出計画立案支援、輸出促進コーディネーター、実証事業のプロジェクトマネジメント 他多数

### 会員・著書・外国語・その他

- JETROビジネスパートナー登録、〇〇協会会員、〇〇協議会会員、〇〇学会会員、〇〇ネットワーク会員、〇〇協会理事、〇〇大学講師 他
- 著書「〇〇」、共著「〇〇」
- 英語 中国語対応可能 等

28 「農林水産省GFP」及び「輸出専門人材によるサポート業務」オンライン説明会

## 農林水産省GFP輸出専門人材によるサポート業務プロフィール（記入要領）

本レジюмеは、GFP事務局（農林水産省/本省・地方農政局及び委託事業者）での共有を前提としています

### 農林水産省GFP輸出専門人材によるサポート業務プロフィール登録イメージ

ABC株式会社 | ABCグループ  
山田 太郎 / Taro Yamada

役職名 | 部署名 | e-mail: taro.yamada@abc.com | tel: 03-1234-5678

ABC株式会社は、食品の専門商社でグローバル〇〇カ国への輸出実績を有しています。加工食品を中心とした輸出ビジネスを支援しており、当社独自の〇〇サービスを展開しています。総合商社及び食品メーカ海外営業部門を経て現職。加工食品や〇〇〇〇〇〇地域への輸出ビジネスの責任者として日々、メーカーや各事業者、行政等と連動した輸出促進を支援。近年は、新たな市場開拓や新たな輸出を通じた新規ビジネスに取り組んでおり、地域の有望な農林水産物や食品の輸出を通じた地方活性化やインバウンドと連動した輸出促進等にも取り組んでいます

### コンタクト方法

- 対面、オンラインどちらでも可

### メッセージ/コメント

- 地方には沢山の地域資産やきらりと光る技術、商品、ネットワーク等、輸出ビジネスのポテンシャルがあります。地域や事業者自身が気づいていないこうした資産を結合・融合し、新たな地域の価値や商品の価値を具体化し、輸出ビジネスの創造につなげていきましょう！

### 専門領域/主な業務経験

- 〇〇地域（主な国：〇〇、〇〇、〇〇等）を中心とした現地販路開拓、現地商流・物流構築へのアドバイス
- 〇〇地域における日系及び現地系商流ネットワークへのアクセス支援
- 現地ニーズに合致した輸出に適した商品開発や原料調達に係るアドバイス及びコーディネート
- インバウンドと輸出促進の実証プロジェクト
- インフルエンサーマーケティング、ライブコマース等のプランニング及び販売・マーケティング活動のサポート
- 〇〇県 加工食品の輸出促進における押さえるべきポイント(講師)
- 〇〇県 食品等輸出促進における輸出計画立案支援、輸出促進コーディネーター、実証事業のプロジェクトマネジメント 他多数

### 会員・著書・外国語・その他

- JETROビジネスパートナー登録、〇〇協会会員、〇〇協議会会員、〇〇学会会員、〇〇ネットワーク会員、〇〇協会理事、〇〇大学講師 他
- 著書「〇〇」、共著「〇〇」
- 英語 中国語対応可能 等

24 地方GFPビジネスパートナー-専門家レジюме



- 1 社名、役職名、部署名、氏名、連絡先をご記入ください
- 2 会社・事業紹介、略歴などをご記入ください。専門家紹介、セミナー講師紹介等の開催案内等での活用を想定しています
- 3 生産者、事業者等の皆様に、メッセージをご記入ください
- 4 主な支援実績をご記入ください。事業年度、事業名、役割等をご記入ください
- 5 専門領域、相談可能なテーマ・課題、過去のご経験（ビジネス実績、中央官庁・地方自治体における事業実績等）をご記入ください
- 6 会社・組織としての会員情報、著書、寄稿等の情報をご記入ください

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

29 「農林水産省GFP」及び「輸出専門人材によるサポート業務」オンライン説明会

© 2025. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

# 事業実施報告

## (1) GFP登録者のフォローアップ業務

- ① GFP登録者へのWebアンケート等調査
- ② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ

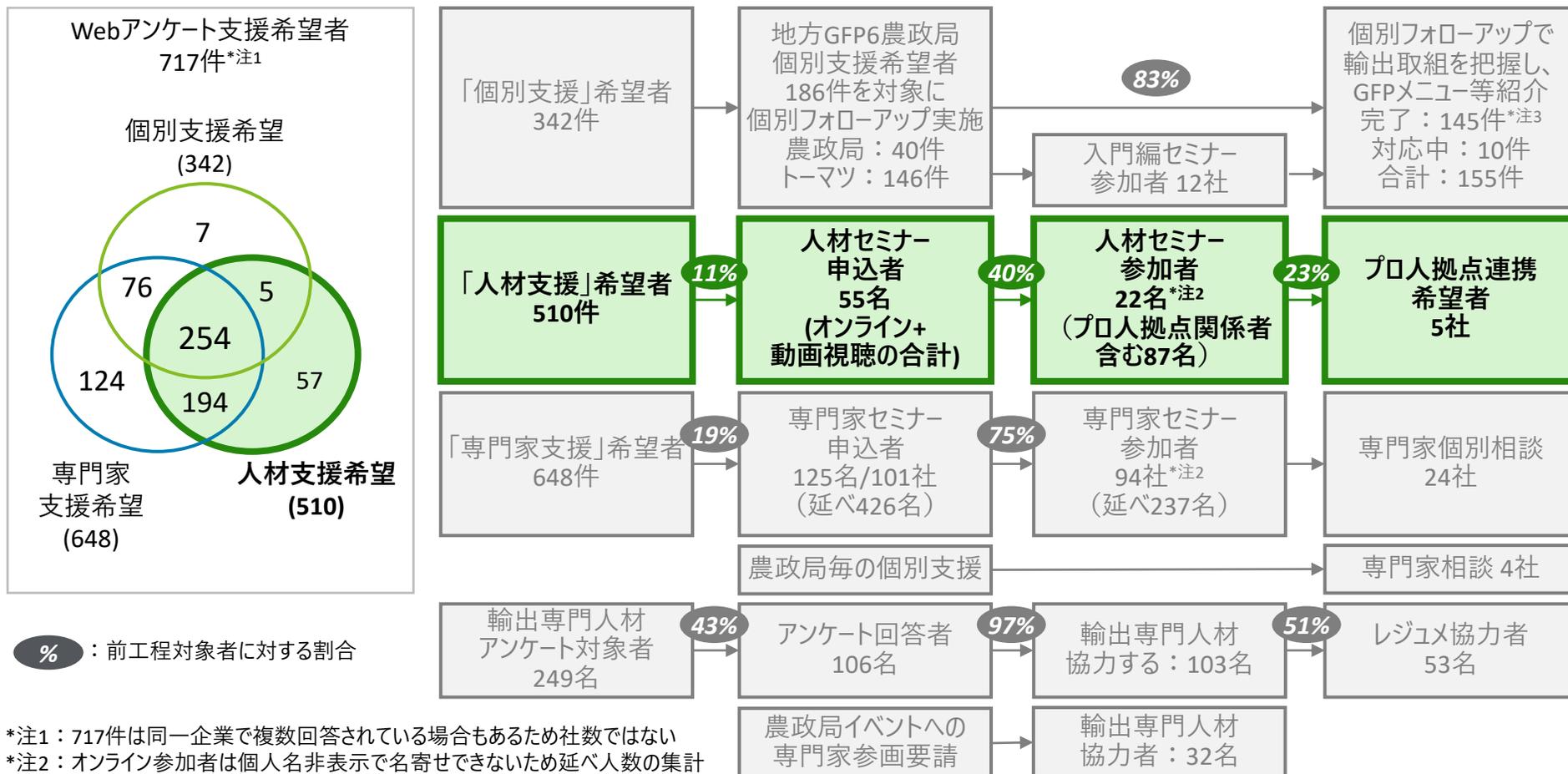
## (2) 支援メニューの実行

- ① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営
- ② 輸出専門人材によるサポート業務手配
- ③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

## (3) 総括の実施

# Webアンケート調査から一連の事業者支援の実績

「人材支援」は、セミナー申込率11%・参加率40%となりプロ人拠点利用意向者は5社となった



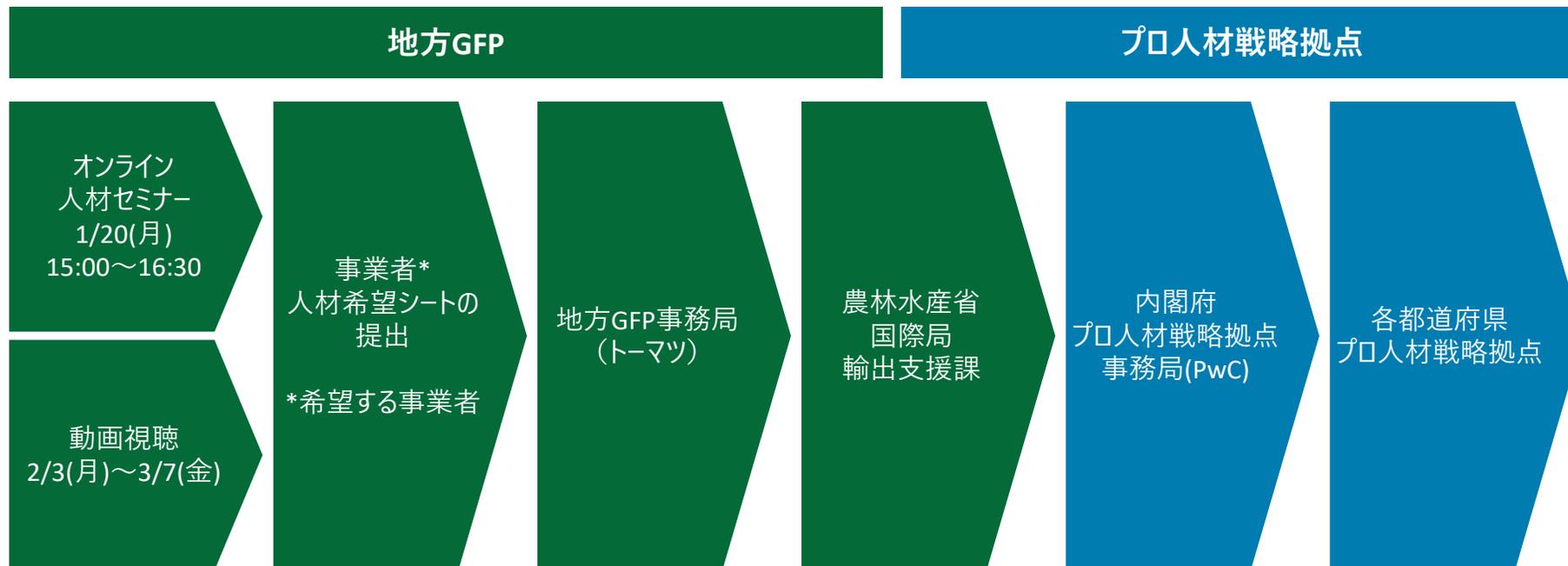
\*注1：717件は同一企業で複数回答されている場合もあるため社数ではない

\*注2：オンライン参加者は個人名非表示で名寄せできないため延べ人数の集計

\*注3：145件には連絡がつかない事業者等の中断は含まない

# 人材セミナー後のプロ人材戦略拠点への取次フロー

人材セミナー後のプロ人材戦略拠点への連携は、プロ人材戦略拠点事務局経由で取り次ぐ流れを設計



注：本取次フローは、人材セミナー後の取次フローであり、GFP登録事業者のフォローアップの中で人材ニーズが確認された場合は、各農政局や地方GFP事務局からプロ人材戦略拠点と連携して進める

# オンライン人材セミナー | タイムテーブル

GFP登録者アンケートに「人材支援希望」と回答された事業者を主な対象として、人材活用支援セミナーを開催

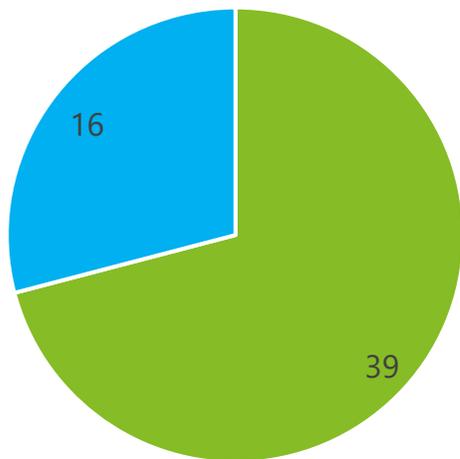
時間	概要	登壇者
15:00	開会	
15:05	<b>農林水産物・食品輸出における人材市場動向と確保戦略</b> 農林水産物・食品の輸出に関連する人材市場の動向とともに、人材確保に向けて必要な具体的な活動やアクションをご説明します。輸出の準備状況に応じた、適切な人材確保の方法などをご紹介します。	株式会社パソナ グローバル事業本部 副本部長 堂前 隆弘 氏
15:25	<b>GFPとプロフェッショナル人材戦略拠点による人材支援</b> GFPでは内閣府が推進するプロフェッショナル人材戦略拠点との連携により、輸出人材の確保をご支援しております。人材確保をより効率的できる、人材マッチング仕組みについてご説明します。	農林水産省 輸出・国際局 輸出支援課 課長補佐 武藤 誠 氏
15:40	<b>副業・兼業人材の活用で広げる輸出人材確保の可能性</b> 近年活用が広がる副業・兼業が、農林水産物・食品の輸出人材確保にも広がりつつあります。副業・兼業人材を迎えるためのポイントや事業者側の考慮点とともに、マッチングプラットフォームをご紹介します。	株式会社リクルート ソーシャルリレーション推進部 グループマネージャー 馬場 智之 氏
16:00	<b>成功事例に学ぶ人材マッチングの成功要因</b> プロフェッショナル人材戦略拠点を活用し、実際にマッチングに成功した事例をご紹介します。成功要因やポイントを、企業の声とともにご説明します。	静岡県プロ人材拠点 マネージャー 石渡 和美 氏 サブマネージャー 齋藤 修 氏 サブマネージャー 山口祐司 氏 有限会社 栄醤油醸造 深谷 允 氏
16:20	<b>人材希望シートの記入方法と支援申し込みプロセス</b> プロ人材拠点の活用にあたり必要となる希望シートの記入方法と今後の申込プロセスについて事務局よりご案内いたします。	運営事務局
16:30	閉会	

# 申込状況

申込者は55名、うち輸出事業者が約6割、支援企業や関係機関が4割となった

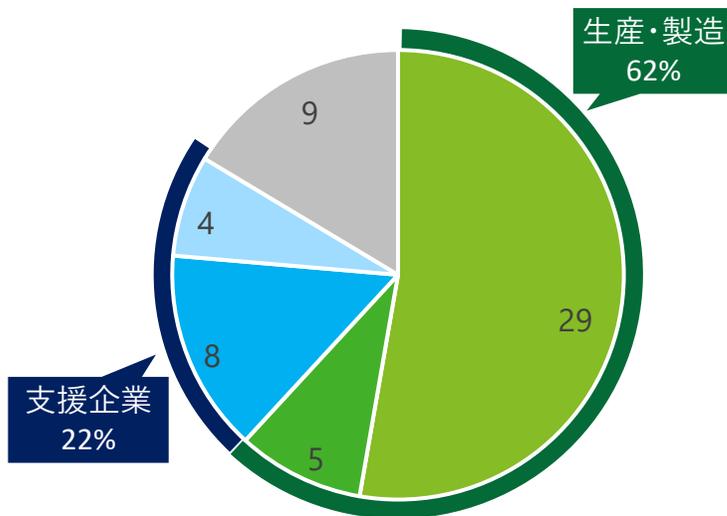
## 参加形態

申込者：55名



■ オンライン参加 ■ 動画視聴

## 業種区分



■ 食品製造 ■ 生産者 ■ 輸出商社  
■ 輸出コンサル ■ 関係機関

## 都道府県区分



## 参加者数と参加者数

当日参加者は97名、うち事業者が22名、農林水産省関係者、プロ人材戦略拠点関係者等の関係機関が65名

### 申込者数と参加者数の実績

<b>申込者</b>	<b>55名</b>
オンライン参加者	39名
動画視聴	16名

<b>事業者</b>	<b>22人</b>
農林水産省関係者	10人
プロ人材戦略拠点関係者	55人
講師(登壇者他)	10人
<b>合計</b>	<b>97人</b>

※参加者は生産・製造事業者、輸出商社・輸出コンサル等の支援事業者、農林水産省関係者は、本省・各地方農政局職員、プロ人材戦略拠点関係者は、内閣官房、自治体、プロ人材拠点運営事務局、プロ人材拠点

### 【参考】参加事業者一覧

生産者・食品製造事業者		輸出商社・輸出コンサル他	
#	会社名・団体名	#	会社名・団体名
1	加工食品事業者	1	輸出商社
2	コメ・コメ加工品事業者	2	輸出商社
3	水産加工事業者	3	輸出商社
4	食肉加工事業者	4	輸出商社
5	コメ・コメ加工品事業者	5	輸出商社
6	コメ・コメ加工品事業者	6	輸出コンサル
7	加工食品事業者	7	参加社名不明
8	菓子事業者	8	参加者名不明
9	加工食品事業者	9	参加者名不明
10	加工食品事業者		
11	加工食品事業者		
12	加工食品事業者		
13	菓子事業者		

# 参加者アンケート実施概要

参加者アンケートは、参加者のうち途中退席者を除く36名が回答

## ■アンケート実施概要

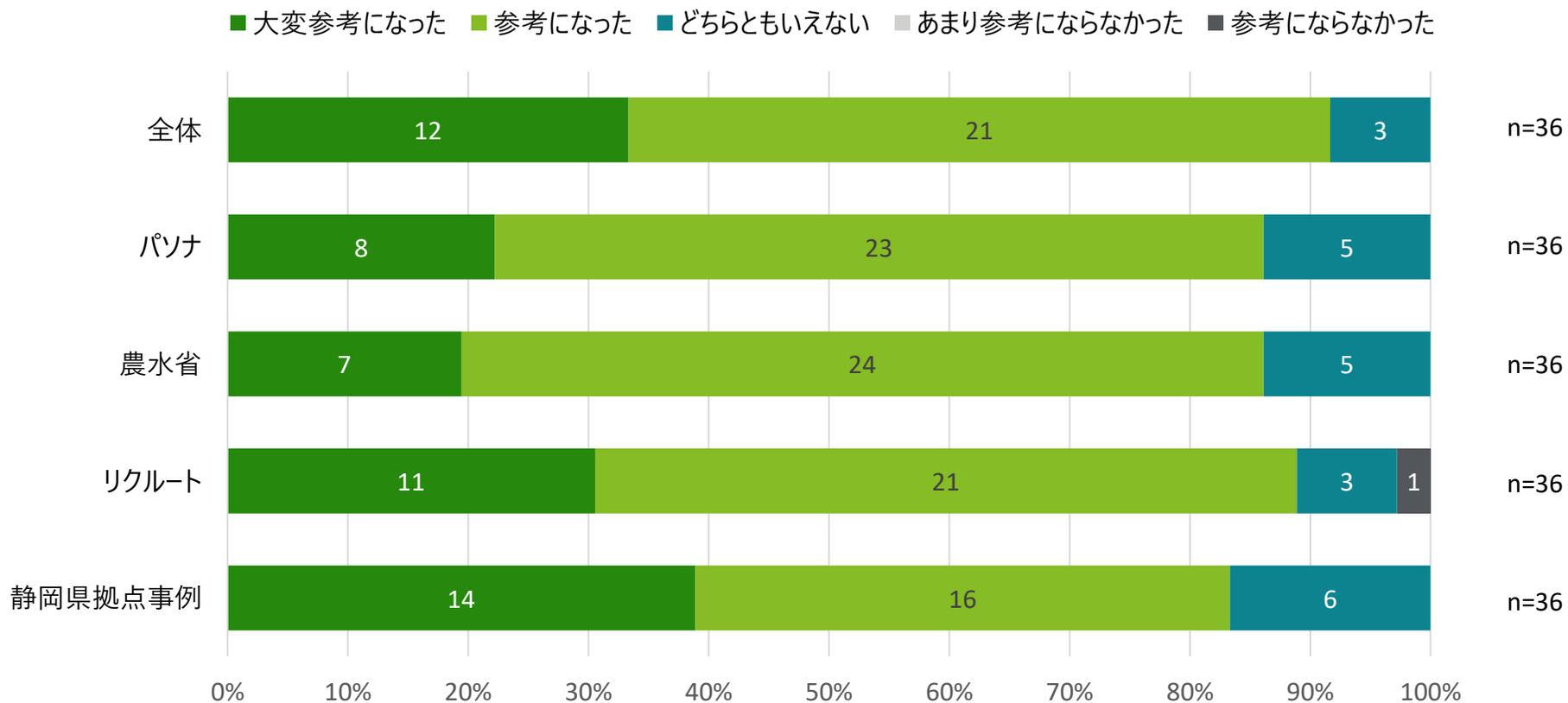
- 日程：2025年1月20日
  - 対象者：農林水産物・加工食品輸出 人材セミナーの参加者
  - 回答者：36名  
回答率：47%
- ※農政局2名を除く

## ■アンケート項目

- セミナー/各セッションの参考度とその理由
- 採用形態(前後の変化)
- プロ人材戦略拠点の理解度・活用意向
- プロ人材戦略拠点の活用意向
- その他ご意見・質問

## 各セッションの参考度

全体の参考度は8割以上が参考と回答し、事業者やプロ人材戦略拠点担当者にとって有意義な内容であった



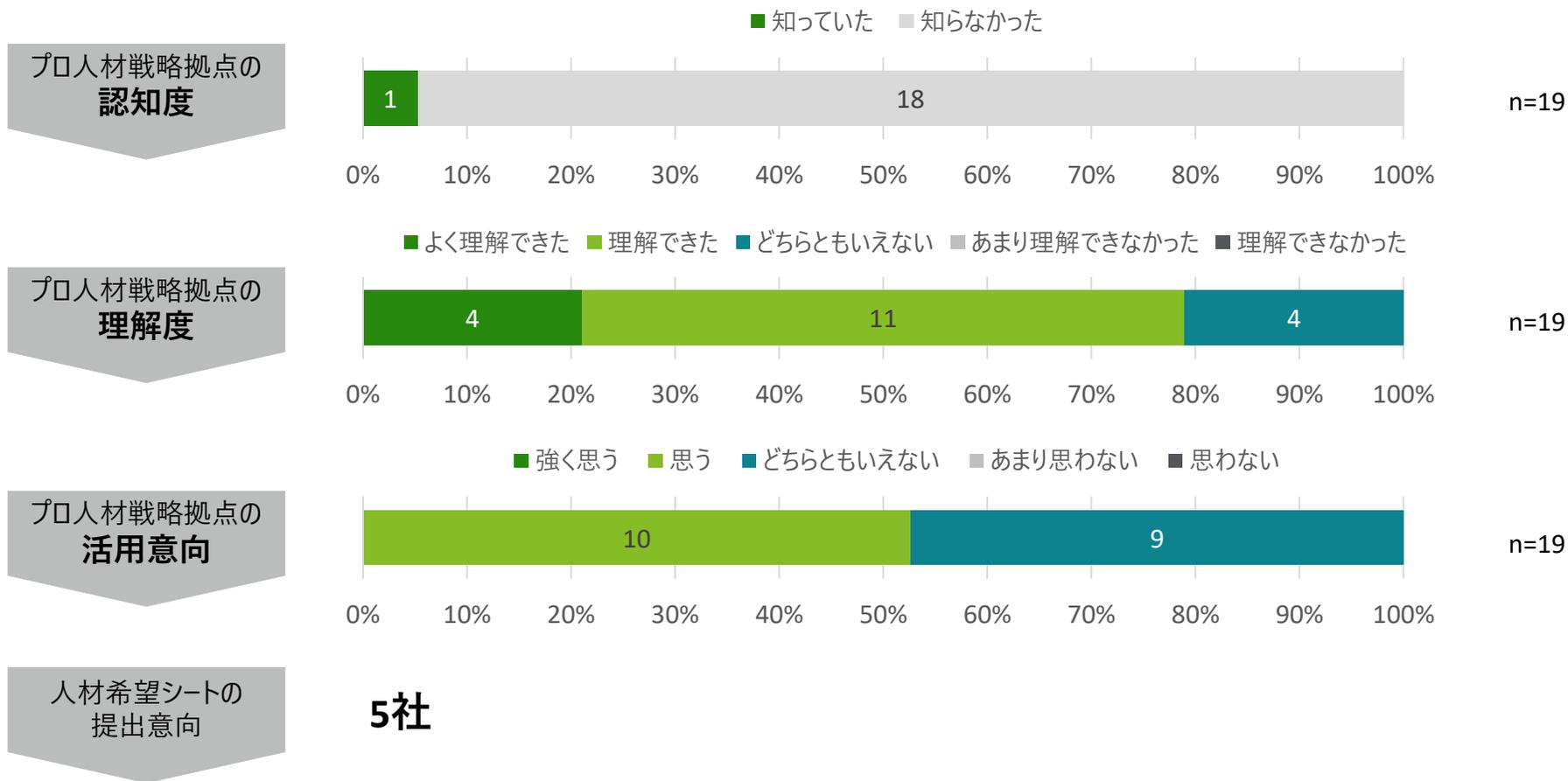
## 各セッションで参考になった点

参考になった理由として、副業・兼業人材等の新たな人材獲得の選択肢が理解できた、具体的な成功事例を通じて方法論への理解が進んだ等の声が挙げられた

セッション	参考になった点
農林水産物・食品輸出における人材市場動向と確保戦略 登壇者：株式会社パソナ	<ul style="list-style-type: none"><li>• 人材の市場動向やそこに必要なスキームが何か把握することが出来た（事業者）</li><li>• 海外事業立ち上げにおいて必要な特性を知る事が出来た（事業者）</li></ul>
GFPとプロフェッショナル人材戦略拠点による人材支援 登壇者：農林水産省	<ul style="list-style-type: none"><li>• GFP事業についてより理解が深まった（プロ人）</li><li>• 農林水産省の取組状況について、プロ人材拠点の立場としてよく理解することができた（プロ人）</li></ul>
副業・兼業人材の活用で広げる輸出人材確保の可能性 登壇者：株式会社リクルート	<ul style="list-style-type: none"><li>• 副業人材を含めて専門人材の獲得手段が分かった</li><li>• 自社人材の育成を主に考えていたが、人手不足の中でちょうど人材収集を検討していた。個人事業主の意欲や多岐にわたる報酬など、聞いたことがない知見を伺えた（事業者）</li><li>• プロ人材を採用することが厳しく、海外展開、マーケティング等、スピードを必要とする業務が後手に回っていた。オンラインでの副業というビジネスモデルが参考になった（事業者）</li><li>• 副業・兼業の活用という選択肢を知る事が出来た（事業者）</li></ul>
成功事例に学ぶ人材マッチングの成功要因 登壇者： 静岡県プロ人材拠点 有限会社栄醤油醸造	<ul style="list-style-type: none"><li>• 栄醤油様の事例が参考になりました（事業者）</li><li>• 静岡県プロ人材拠点、事例紹介の内容が具体的で分かりやすい（プロ人）</li><li>• 人材確保をする中で、どのような人材をどのように確保するか、成功の実態例を詳しくお聞きでき参考となりました（事業者）</li></ul>

# プロ人材戦略拠点の認知度・理解度・活用意向（事業者のみ）

プロ人材戦略拠点サービスの認知度は低いことが推察される。本セミナーでの理解度は約8割、活用意向は5割、人材希望シートの提出意向は5社となった



GFP登録者への本サービスの周知・理解度向上によるプロ人材戦略拠点の活用が見込め、事業者の人材確保の選択肢を増やすことにつながると思料

# 【参考】人材希望シートイメージ

人材希望シートは、企業情報・事業情報に加え、経営課題や人材確保上の課題などを整理したうえで、求める人材要件や契約形態などを整理する構成。プロ人材戦略拠点へのスムーズな連携を図る

セミナー申込者宛てにご送付した「人材希望シート」にて、貴社の経営課題と、それを解決するために求める人材像などをご記入ください

## 人材希望シートの概要（1枚目）

地方GFP | 農林水産物・加工食品輸出 オンライン人材セミナー

【記載例】も参照の上で記載をお願いします

## 人材希望シートは大きく5つの項目に分かれます

### 人材希望シートの入力方法

地方GFP | 農林水産物・加工食品輸出 オンライン人材セミナー

1 企業情報

2 事業概要

3 経営課題

4 求める人材の契約形態

5 求める人材の詳細情報

# 事業実施報告

## (1) GFP登録者のフォローアップ業務

- ① GFP登録者へのWebアンケート等調査
- ② Webアンケート等調査結果を受けた個別支援希望者フォローアップ

## (2) 支援メニューの実行

- ① 事業者掘り起し・伴走支援につながるイベント等の運営
- ② 輸出専門人材によるサポート業務手配
- ③ プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

## (3) 総括の実施

# 事業概要

GFP登録事業者及び地域の課題やニーズを把握した上で、実効性ある取組を推進。  
農政局が企画・検討するイベントや輸出専門家支援、伴走支援等、きめ細かな支援を農政局と連携し推進

## ①GFP登録者の輸出課題や支援ニーズ分析

## ②農政局が企画するイベントや輸出専門人材支援、伴走支援等のサポート

### 主な業務

GFP登録者の課題やニーズ分析  
(GFP登録者Webアンケート調査)

### 個別フォローアップの実施

(GFP登録者Webアンケート調査で「個別支援を希望した事業者向けフォローアップ」、うち輸出実績がなくこれから輸出へ取り組む事業者向け「入門編セミナー」)

### 輸出専門人材支援

(GFP登録者Webアンケート調査で輸出専門家による支援を希望した事業者向け「専門家セミナー」、「個別相談会」、「輸出専門人材リストの充実」)

### プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

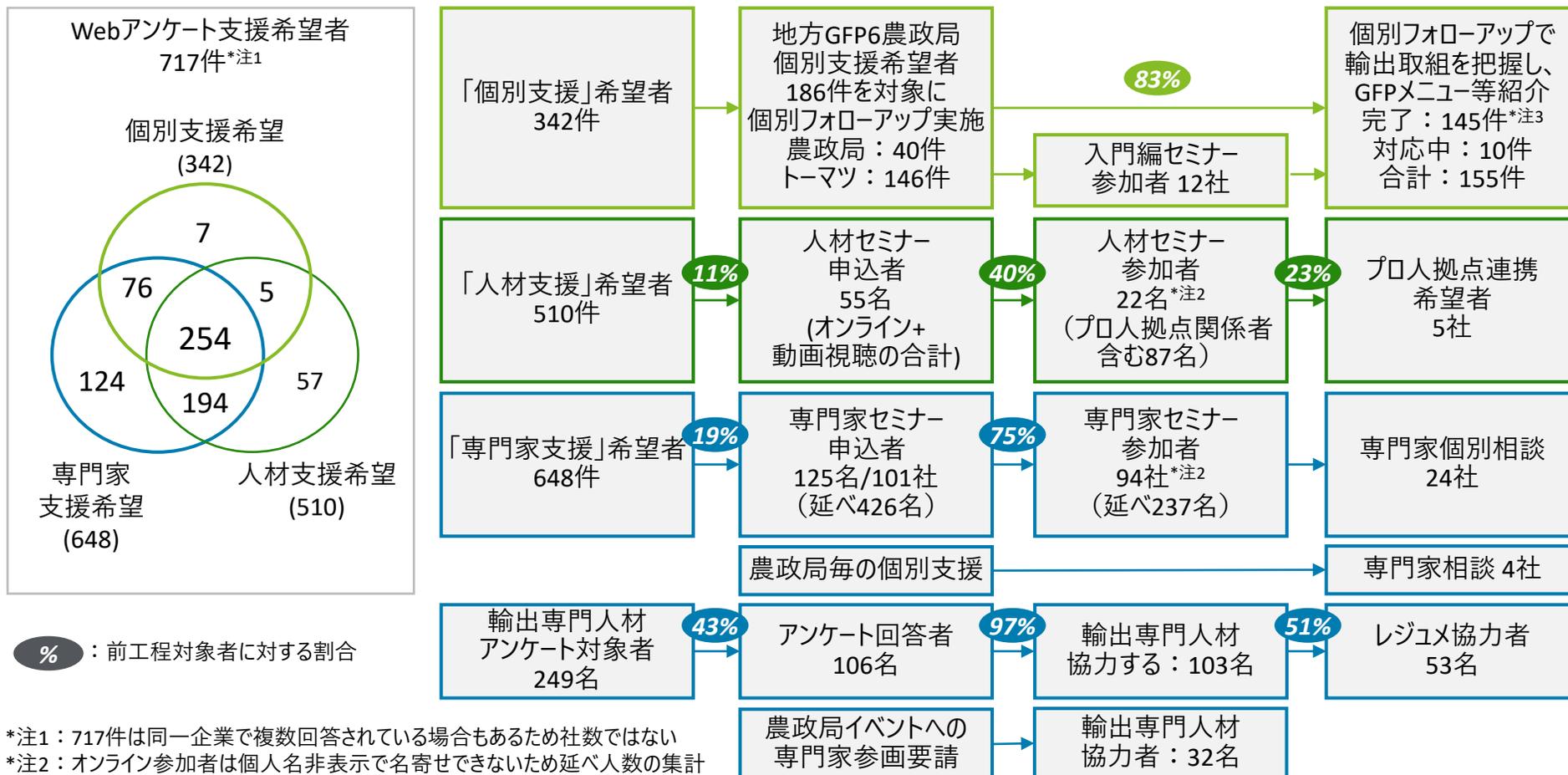
(GFP登録者Webアンケート調査で人材支援を希望した事業者向け「人材支援セミナー」、プロ人材戦略拠点連携)

### 農政局毎のイベント企画・運営

(各農政局が企画するイベントの具体化・運営)

# Webアンケート調査から一連の事業者支援の実績

Webアンケート調査で把握した支援希望者に対し、「個別支援フォローアップ」は、約8割の155社へのコンタクトを行い輸出の現状と課題を把握しGFPメニュー等を紹介し、今後の伴走型支援の掘り起しを行った。「人材支援」は、セミナー申込率11%・参加率40%となりプロ人拠点利用意向者は5社となった。「専門家支援」は、セミナー申込率19%・参加率75%となり、専門家との個別相談は24社となった。専門家セミナーとは別に農政局経由で専門家派遣を4社実施した。加えて、今後の専門家派遣を見据えた輸出専門人材リスト化の取組は135名のリスト化を行い、うち53名には専門家のレジュメ作成を頂いた。



\*注1：717件は同一企業で複数回答されている場合もあるため社数ではない  
 \*注2：オンライン参加者は個人名非表示で名寄せできないため延べ人数の集計  
 \*注3：145件には連絡がつかない事業者等の中断は含まない

# Webアンケート調査から一連の事業者支援の総括

事業者のカルテ化、個別フォローアップから各支援メニュー提供の“型”の確立、動画等コンテンツの整備ができた。来年度は、各支援メニューの参加率や活用度の向上、事業者支援の“質”を高めるための運用面の改善を図る

## 支援策

## 本年度の成果

## 改善点や主要課題

## 来年度の取組方向

**A**  
個別フォローアップ支援

- 個別支援フォローアップ後の支援メニュー提供の“型”が一定確立
- GFP登録事業者の輸出の現状と課題を把握し、145事業者のカルテ化
- 初級者向けコンテンツ（入門編セミナー動画や情報リンク集等）の整備

- 個別フォローアップとセミナー等の各支援メニュー提供の同期
  - 年間スケジュールの早めの確定
  - 各支援メニューのタイムリーな紹介
- フォローアップ支援の“質”の向上
  - 熟度別の支援モデルの体系化
  - 各種情報の集約化・システム化
- 初級者向けコンテンツの周知
  - 周知タイミングと対象者の改善

- A-1** 支援メニューの年間カレンダー作成とフォローアップ支援と連動した運用
  - 各種セミナー（入門編・人材・専門家セミナー）や農政局イベント等の連動した紹介と活用促進
- A-2** フォローアップ支援の“質”向上に向けた熟度別支援モデルの体系化
- A-3** 事業者情報や各種情報、事業者支援プロセス情報の見える管理

**B**  
人材支援・プロフェッショナル人材戦略拠点との連携

- 人材セミナーからのプロ人材戦略拠点への連携フローの“型”が確立
- 人材確保戦略、兼業・副業人材活用に向けたセミナーコンテンツ、人材希望シート等の整備
- プロ人材戦略拠点担当者へのGFP経由の人材マッチングの理解促進

- 人材セミナー経由のプロ人材戦略拠点への連携実績の拡大
  - 人材セミナー募集タイミングや募集期間の確保、活用事例や活用効果の具体的な理解促進
  - 人材希望シート記入負荷の改善
- 個別フォローアップからのプロ人材戦略拠点への連携実績の拡大

- B-1** 本年度作成の動画コンテンツ配信や人材セミナー募集の早期実施
- B-2** 人材セミナー経由のプロ人材拠点連携は、人材希望シート記入のハードルを下げた運用を試行
- B-3** 個別フォローアップや農政局イベントでの事業者接点における人材ニーズ把握とプロ人材戦略拠点への連携

**C**  
輸出専門人材の派遣・輸出専門人材のリスト化

- 専門家セミナーから個別相談会の支援フローの“型”が一定確立
- 輸出専門人材の派遣に係る規約や派遣依頼から実施報告・費用処理までの一連の業務フローの標準化
- 輸出専門人材のリストとレジユメの整備（リスト134社、レジユメ53件）

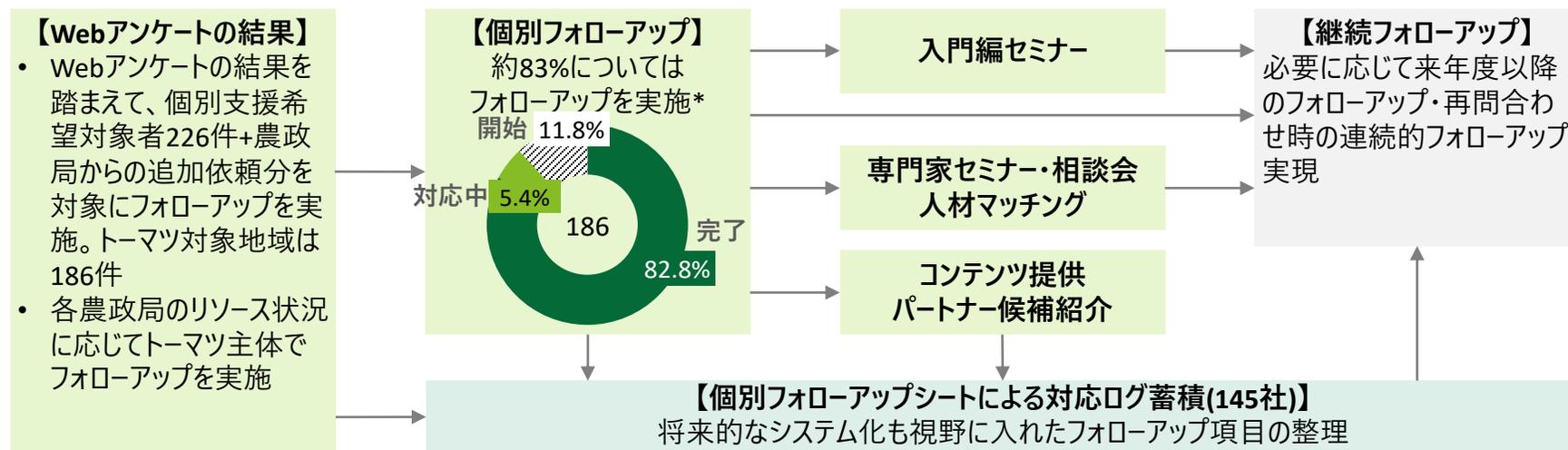
- 伴走型支援からの輸出専門人材の派遣実績の拡大
  - 専門家リストやレジユメの各農政局への周知が不十分
- 輸出専門人材が活躍する機会・専門家マッチングの拡大
  - 輸出支援事業者側のニーズに対応した仕組みが未整備

- C-1** 専門家セミナー・個別相談会の早期日程確定と農政局との共有
- C-2** 輸出専門人材リスト、活用方法の農政局との共有
- C-3** 専門家が自社サービスを説明できる機会等、専門家と事業者の双方がWin-Winの関係構築につながる場や仕組みの設定

# 各支援策の総括 | 個別支援希望者フォローアップ支援

Webアンケートの結果を踏まえた個別フォローアップを実施し、個別支援希望者の8割以上の事業者にヒアリングしGFP支援メニューを紹介すると共にカルテ化。フォローアップ後の専門家案内など支援の流れも一定確立

## 個別フォローアップ支援の流れの確立



### フォローアップ状況

- 訪問・電話などのコンタクトが取れた事業者には、輸出状況を確認の上、課題に対する回答や専門家セミナーなどのGFP支援メニューを案内
- 継続コンタクトや宿題への対応、又は各社担当者への継続的な連絡を実施

### “継続支援”を前提とした建付け

- 個別フォローアップシートに対処ログを記入し、引継ぎが可能な状況に整理
- 将来的にはシステム化などにより、状況の継続的な把握や、課題解決に至った経緯などを把握していく必要がある

### フォローアップ支援の“質”の向上

- 限られたリソースの中で、担当者のスキルに依存せず、より効果の高いフォローアップを行うための在り方は要検討
- 熟度によってフォローアップの方法が異なるため、熟度別の支援モデルも検討する
- 適切な情報の案内を即時でできるような情報の整理・集約化が必要

\*中断は完了として集計

# 各支援策の総括 | 個別支援希望者フォローアップ後の支援メニュー提供の“型”作り

個別フォローアップと連動した各メニューの“型”作りができ、効率的なGFP支援メニューの提供プロセスを設計。今後、各種セミナーからのマッチングに向けた各メニューの周知改善やGFP登録事業者の活躍機会の設定に取り組む

	実施サマリ	成果と改善点	来年度以降への反映事項
入門編 セミナー	<ul style="list-style-type: none"><li>輸出初心者向けのセミナーを実施 計15名/オンライン10名/動画希望5名 (アンケート時対象は127件)</li><li>北海道農政事務局の入門編コンテンツを全国に展開</li><li>初心者役に役立つリンク集作成</li></ul>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>GFPとして“<b>初心者がまず見るコンテンツ</b>”を確立</li></ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>案内127名中15名申込と、申込率12%と想定よりやや少ない状況</li><li><b>周知タイミングや対象者の改善</b>が必要</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>コンテンツとしてはGFP利用者全員に有効であるため、<b>セミナー形式での実施だけでなく、初心者が必ず見るコンテンツ、として展開</b></li><li>動画を視聴して終わりではなく、<b>視聴後に事業者がとっていただくアクションや導線を整理</b>する必要</li></ul>
人材セミナー	<ul style="list-style-type: none"><li>人材活用に関するセミナーを実施 計55名/オンライン39名/動画希望16名 (アンケート時希望は510件)</li><li>プロ人申し込みは5件が検討中</li><li>特に<b>プロ人連携の仕組みや副業・兼業活用の理解を十分に得られるコンテンツ</b>を提供</li></ul>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"><li><b>周知～申込みフローの“型作り”</b>ができた</li><li>事業者のみならず<b>プロ人関係者にとってもGFPとの連携</b>に参考となった</li></ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>プロ人の実際の申し込み数がやや少なく、<b>年間で複数回の周知</b>が必要</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>特に<b>人材希望が多い業種に対しての周知や、年間スケジュールを早めに固定し、早めに周知を行う</b>などの集客方法の改善が必要</li><li>丁寧な仕組み・サービスの説明やプロ人活用した生の声(事例)が重要と思料され、セミナーに参加いただく形式を継続</li></ul>
専門家支援 セミナー・ 個別相談会	<ul style="list-style-type: none"><li>専門家セミナーを実施し、セミナー内容を見てオンライン相談会を実施</li><li>セミナーは10コース、相談会は30枠で実施。セミナーは94名参加、延べ237名参加。個別相談会は24社に機会提供 (アンケート時希望は648件)</li><li>専門家リスト/cvを整理、専門家を拡充</li></ul>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"><li><b>適切な専門家と多くの事業者を効率よくマッチングする“型作り”</b>が実施できた</li></ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"><li><b>専門家が関与するメリットを訴求し、幅広い専門家に関与いただく仕組みづくり</b></li><li>青果が少なく<b>開催時期などを工夫</b>する</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>作成した<b>専門家リスト・cv</b>をもとに、幅広い専門家へ依頼を実施</li><li>専門家に依頼するだけでなく、<b>専門家にとってもメリットの出るWin-Winの関係</b>が作れるような仕組みづくりも合わせた検討が必要</li></ul>

# 各支援策の総括 | 地方農政局が主体で進めるイベント等への支援

本年度はイベントの位置づけを“地域を起点とした支援”と捉え直し、継続支援イベントの型作りを実施。他事業者や他産地への横展開・波及効果が期待できる“輸出拡大モデル”事例の発掘を行った

## 地域ニーズ起点での取り組み

本年度は各農政局の要望に応じ議論の上、地域ニーズに応じたイベント企画を実施

東北農政局

地域商社と連携しトライアル輸出を通じた商流構築を図る

北陸農政局

意欲ある事業者の輸出拡大を狙う輸出ビジネスプランの策定ワークショップ

関東農政局

輸出が伸びている品目として、いちご生産者輸出フォーラムを開催

近畿農政局

昨年度から継続した菓子事業者向け専門家相談会

中国四国農政局

地域特産である柑橘における生産強化・産地形成と輸出拡大の両輪でセミナー開催

九州農政局

青果にて最も輸出が多い「九州いちご試食イベント」の開催

## 単発イベントから継続支援イベントの型作り

主に4パターン(+1)の支援モデルを型として実施し、特に単発ではなく“継続支援”を意識

### < 課題解決・フォローアップ型 >

- 事業者の個別課題をワークショップ形式でアクションプラン具体化し、事後フォローアップ

### < 品目特化型 >

- 特定品目の具体的課題にフォーカスし、実際の輸出促進に向けた課題解決を図る

### < トライアル輸出型 >

- トライアル輸出を通じて商社やバイヤーのニーズを明らかにし商流形成につなげる

### < インバウンド型 >

- 地域に特徴的な食材に注目し、インバウンド向マーケティングによる輸出支援を図る

### < 地域横断型 >

- 上記のモデルケースを地域横断的に実施し、ネットワーク効果や施策の活性化を図る（今年度は実施できず、来年度企画）

## “輸出拡大モデル”につながる事例の発掘

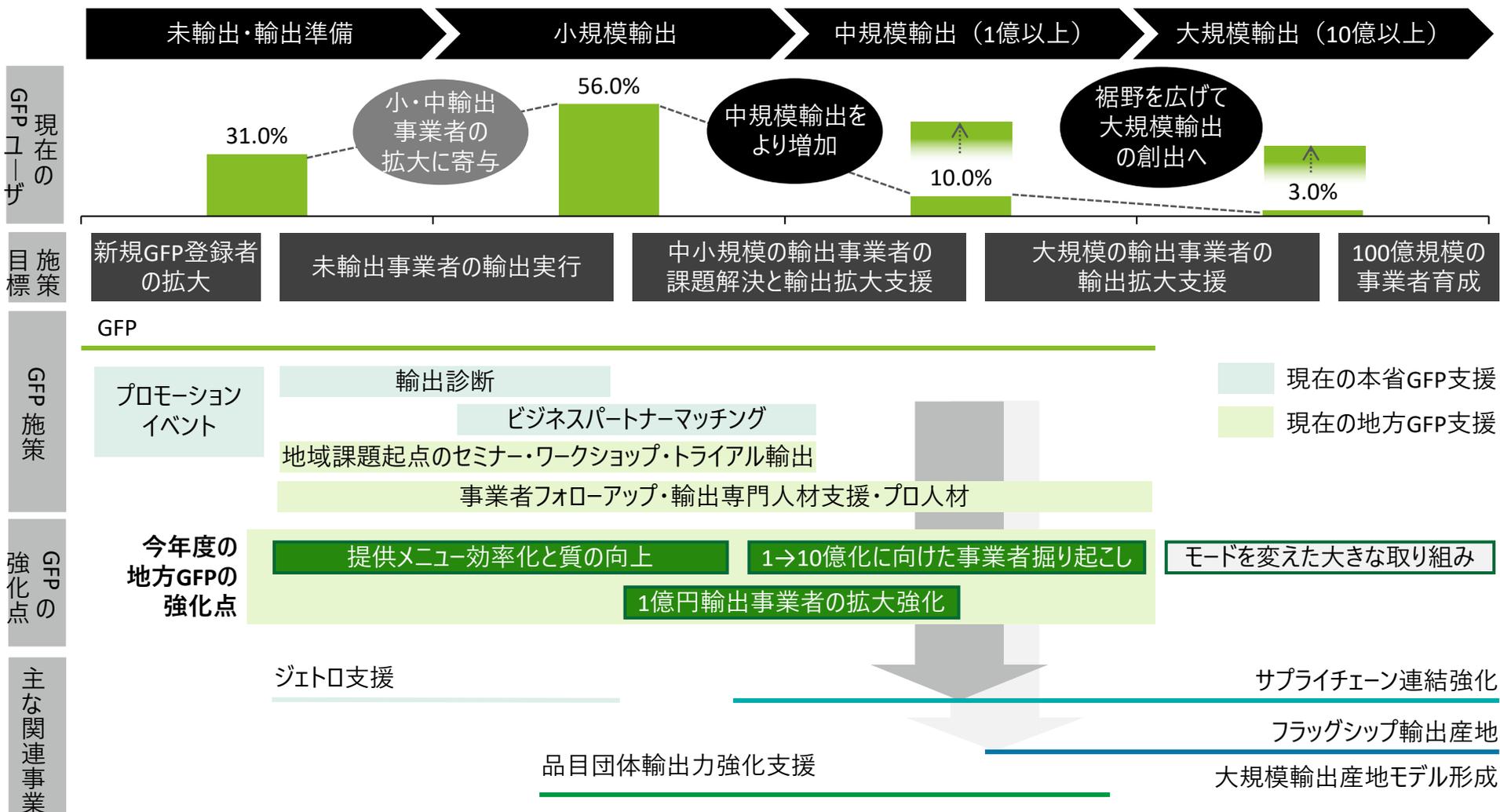
イベントやフォローアップを通じて、事業者の輸出拡大に参考となる“モデル”事例を発掘

【輸出拡大モデル候補事例の発掘：抜粋】

業種	輸出拡大モデル候補(例示)
青果物	広域集荷・選果と輸出を想定した梱包・加工体制の構築及び卸売市場経由の輸出拡大
コメ・コメ加工品	現地需要と輸送効率を踏まえた物量確保と現地飲食店からの発注への柔軟な配送の仕組み構築
水産加工	独自加工技術等を活かした食材から日本食メニュー提案の強化と現地バイヤーとの関係構築
畜産物	商品特性に合致した選択的販売チャンネル戦略の推進と現地パートナーと連携した効率的販売促進
加工食品	国内インバウンド客からの評価を活用した、現地ハイエンド顧客向け販売促進と輸出拡大
加工食品	地元・地域の事業者と連携したOEM輸出モデルの確立

# 今後のGFPにおける強化ポイント 1/2

現在の提供メニューを効率化していくとともに、地域起点での小・中規模事業者の大規模輸出化の支援を強化し、フラッグシップ輸出産地などの大規模事業者の拡大を図る



## 今後のGFPにおける強化ポイント 2/2

今年度の支援メニューの継続的な改善に加え、支援メニュー提供の効率化と情報整理や一元化等による支援の質の向上を図る。生産者・製造事業者に加え専門家や商社の一層の巻き込みによりGFP登録者間の連携や事業創造機会を創出し、優良事業者や輸出拡大モデルとなりうる事例の掘り起しを加速させることが重要

### 提供メニューの 効率化と質の向上

- 本年度確立した支援の“型”に基づく支援メニューのPDCAサイクルを実行し、限られたリソースの中で効率よく支援を提供することで多くの事業者支援を実現するとともに、支援の質を向上させることでGFPを通じた輸出成功事例の数を拡大させていく
- 事業者フォローアップにおいて、事業者へ提供可能な情報の整理・集約化を図るとともに、フォローアップスキル自体の質の向上を図る

### 1億円輸出事業者の 拡大強化

- 専門家や商社のより一層の巻き込み(活躍機会の提供等)と事業者との連携活性化による事業機会の創出
- プロ人活用、特に副業兼業においては、単純な“人材不足”を超えた多様な活用が見込まれるため、具体的な活用方法や事例の積極的な発信を強化

### 1->10億円化に向けた 事業者掘り起こし

- 地域イベントや個別フォローアップを通じて、優良事業者の事例掘り起こしを強化し、次のフラッグシップ産地候補への吸い上げ、サプライチェーン連結強化事業への応募などを目指した底上げを目指す
- 個別フォローアップの中から輸出拡大モデルとなりうる事例を掘り起こし、熟度に応じた支援の型作りを進める

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ 合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ リスクアドバイザー 合同会社、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ グループ 合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約2万人の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト、[www.deloitte.com/jp](http://www.deloitte.com/jp)をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTLおよびDTTLの各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTLはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は[www.deloitte.com/jp/about](http://www.deloitte.com/jp/about)をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務・法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの45万人超の人材の活動の詳細については、[www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)をご覧ください。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301

IS/BCMSそれぞれの認証範囲は  
こちらをご覧ください

<http://www.bsigroup.com/clientDirectory>

Member of  
Deloitte Touche Tohmatsu Limited