

地域の加工食品の国際競争力強化支援事業

加工食品の輸出拡大に向けて

地域の加工食品の国際競争力強化支援事業運営事務局

令和3年3月

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

令和2年11月に、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にて発表されました。

01.2025年に2兆円 2030年に5兆円

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略による目標

02.加工食品は、輸出拡大をけん引する重要ポジション

農林水産物・食品の輸出の実績は、9,212億円、加工食品は3,271億円の実績があり、全体の約30%を占める重要なポジション(2019)

03.重点27品目の設定

加工食品としては、醤油、味噌、菓子、ソース混合調味料、清涼飲料水等が含まれた。

04.マーケットインの発想へ

従来のプロダクトアウトから、相手国の嗜好に合わせた付加価値を付けたマーケットインの発想が重要。

05.地域の加工食品事業者間の協力体制の構築は重要

輸出産地の掘り起こし、地域の輸出向け加工食品開発、事業者間の協力体制構築、輸出ノウハウを団体間で共有することが重要

等

⇒詳しくは、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
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/index-5.pdf

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

輸出重点品目のうちの加工食品

清涼飲料水

1. 国別輸出額目標

国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	304億円	786億円	<ul style="list-style-type: none"> 国際的なパレット返却システムの構築等物流の効率化（パレットからコンテナへの詰め替えが手作業となっている） 放射性物質規制の撤廃（中国、香港、台湾等） 既存添加物（色素、香料等）等の輸入規制の緩和。 添加物規制、ヘルスクレームにおける各国規制への対応（中国、香港、台湾）
中国	70億円	200億円	<ul style="list-style-type: none"> 健康志向の高まりを受けて、緑茶飲料、麦茶（ノンカフェイン）等の輸出拡大を図る コロナ禍においても堅調な伸びを示した栄養ドリンク、健康ドリンク及び美容ドリンクについて、さらなる輸出拡大を図る 季節限定品・日本文化を感じるフレーバー飲料の商品販売
香港	56億円	131億円	<ul style="list-style-type: none"> 健康志向の高まりを受けて、緑茶飲料、麦茶（ノンカフェイン）等の輸出拡大を図る コロナ禍においても堅調な伸びを示した栄養ドリンク、健康ドリンク及び美容ドリンクについて、さらなる輸出拡大を図る
米国	46億円	117億円	<ul style="list-style-type: none"> 乳酸菌飲料等日本製の優位性が高い商品に注力
その他	132億円	338億円	<ul style="list-style-type: none"> 紅茶飲料等日本製の優位性が高い製品に注力（台湾） リサイクルペットボトルの流通規制への対応（台湾） 砂糖税・物品税の運用変更への対応（UAE）

2. 輸出産地の育成・展開

<輸出産地数>

- 輸出を実施する者として、数社を目標に検討
- ※引き続き、戦略的に取り組む事業者を掘り起こす

3. 加工・流通施設の整備

- 労働生産性向上を図り国際競争力を確保するため、省人化機械等の導入・整備
- 輸出先国の衛生管理の規制に対応するため、HACCP対応施設の導入の措置を推進

4. 品目別団体を中心とした販路開拓

- 大手メーカーがそれぞれの強みを活かして、販路を開拓することが基本。一方、業界共通事項については、（一社）全国清涼飲料連合会が中心となって対応
- 輸出先国の既存添加物（色素、香料等）の輸入規制の情報共有
- 大手会員企業の共通する輸出ノウハウを団体内で共有し、業界全体の底上げを図る

23

出典：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
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/index-5.pdf

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 輸出重点品目のうちの加工食品

菓子

1. 国別輸出額目標

国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	202億円	465億円	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドを活用し、日本の菓子の美味しさ、美しさ、パッケージのかわいさといった強みを発信 ・輸出商品における食品添加物（天然色素）の使用規制の緩和（団体内で各国添加物使用規制の情報共有と対応策の検討） ・キャンデー、チョコレート、ビスケット等の輸出向け商品ラインの整備、包装技術（賞味期限の長期化等）・新商品の開発 ・日系の小売業者を通じた販売 ・現地の大手・中小小売店、コンビニ等と連携した試験販売・PR
香港	59億円	117億円	<ul style="list-style-type: none"> ・民主化デモの沈静化による需要の回復
中国	42億円	105億円	<ul style="list-style-type: none"> ・中国の輸入停止措置の解除による10都県の輸出再開 ・入店料（棚代）の高額化に関する業界内の情報共有
米国	25億円	63億円	<ul style="list-style-type: none"> ・原材料（部分水素添加油脂）規制に対応した原材料開発 ・米国では必要ない多品種小ロット、過剰包装の解消による製造コストの削減 ・各社商品の輸送の混載化の推進 ・大手小売店と取引のある米国商社との関係構築 ・FDAによる査察情報の共有
その他	76億円	180億円	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾の輸入停止措置の解除による輸出再開 ・韓国の不買運動の沈静化による需要回復 ・タイの原材料（部分水素添加油脂）規制に対応した原材料開発。 ・豪州の原材料（乳製品）規制の緩和 ・コロナ禍で停止しているEUHACCPの監査再開

2. 輸出産地の育成・展開

<輸出産地数>

- ・輸出を実施する者として、（一社）全日本菓子輸出促進協議会とその会員企業20社を目標に検討。※引き続き、戦略的に取り組む事業者を掘り起こす

3. 加工・流通施設の整備

- ・FSSC22000等の食品安全管理規格の取得に向けた、HACCP対応施設を整備
- ・国際競争力を強化するため、輸出向け商品ラインの施設を整備

4. 品目別団体を中心とした販路開拓

- ・（一社）全日本菓子輸出促進協議会（昭和34年～、46企業と3（チョコレート、ビスケット、チューインガム）団体）が中心となって、ECやデジタルプロモーションを積極的に活用した見本市・展示会への出展・輸出EXPOの商談会等に参加
- ・輸出先国の食品添加物（天然色素）の輸入規制等の情報共有
- ・会員企業の共通する輸出ノウハウを団体内で共有し、業界全体の底上げを図る

24

出典：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
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/index-5.pdf

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

輸出重点品目のうちの加工食品

ソース混合調味料

1. 国別輸出額目標

国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	360億円	850億円	<ul style="list-style-type: none"> ・カレー、マヨネーズ、ドレッシングの輸出拡大に特に注力。カレーについては、日本式カレーの普及。マヨネーズ・ドレッシングについては、日本製の強み（おいしさ、繊細さ等）を活かす ・輸出商品における畜肉エキス、食品添加物等の使用規制の緩和 ・輸向け商品ラインの整備（輸出先国の規制に対応した専用ライン等） ・海外の小売店と連携したPB商品開発による大ロット輸出（新商品開発支援） ・ECやデジタルプロモーションの積極的な活用、及び実店舗との連携
米国	75億円	173億円	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食向け需要を基本としつつ、業務用・家庭用ともに現地の類似商品との違いを明確にした商品設計を行い需要拡大 ・ベジタリアン・グルテンフリーのラインナップの充実 ・米国食品安全強化法への対応
中国	15億円	42億円	<ul style="list-style-type: none"> ・日系スーパー等を活用し、現地の調理法に合わせた使用法を提案するなど、業務用需要拡大を基本としつつ家庭用需要を開拓・強化 ・中国の輸入停止措置の解除による該当地域からの輸出再開
E U	30億円	82億円	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食レストラン向け需要拡大を強化しつつ、家庭用需要の販路を開拓 ・ベジタリアン・グルテンフリーのラインナップの充実 ・日本特有の食材（ゆず、山椒等）を使用した商品認知度の向上を促進 ・EUHACCP、混合食品規制への対応
その他	240億円	553億円	<ul style="list-style-type: none"> ・日本式カレー等の日本食の認知を向上させ、レストランメニュー等外食需要から販路を拡大 ・台湾の輸入停止措置の解除による該当地域からの輸出再開

2. 輸出産地の育成・展開

<輸出産地数>

- ・輸出を実施する者として、数社を目標に検討
- ※引き続き、戦略的に取り組む事業者を掘り起こす

3. 加工・流通施設の整備

- ・労働生産性向上を図り国際競争力を確保するため、省人化機械等の導入・整備
- ・輸出先国の衛生管理の規制に対応するため、HACCP対応施設の導入の措置を推進

4. 品目別団体を中心とした販路開拓

- ・大手メーカーがそれぞれの強みを活かして、販路を開拓することが基本。一方、業界共通事項については、全日本カレー工業協同組合、全国マヨネーズ・ドレッシング類協会が中心となって対応
- ・マーケットインによる商品開発やグルテンフリー、ビーガン、ハラル対応商品開発に関する情報共有
- ・輸出先国の畜肉エキス、既存添加物（色素等）等の輸入規制の情報共有
- ・大手会員企業の共通する輸出ノウハウを団体内で共有し、業界全体の底上げを図る

出典：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
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/index-5.pdf

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

輸出重点品目のうちの加工食品

味噌・醤油

1. 国別輸出額目標

国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	115億円	231億円	<ul style="list-style-type: none"> ・味・品質で海外産との差別化 ・日本食文化とともに我が国の多様な味噌・醤油を世界に発信。味噌については、第2の醤油を目指す ・日本食レストランを中心に、現地ニーズに合わせたラーメン、煮込み料理、炒め物などのレシピの充実・普及 ・ミレニアル世代と呼ばれる若い世代や健康志向の者向けの高品質な商品需要の取り込みを拡大・強化
米国	23億円	50億円	<ul style="list-style-type: none"> ・醤油市場が成熟しつつあることから、我が国の多様な醤油を紹介し、深掘り
中国	11億円	26億円	<ul style="list-style-type: none"> ・富裕層向けを基本に、日本食レストランや現地小売店のほか、子供を持つ若い世代や女性層などの健康志向の者の需要の取り込みを拡大・強化 ・中国の輸入停止措置の解除による10都県産（味噌の主産地が含まれる）の輸出再開
その他	81億円	155億円	<ul style="list-style-type: none"> ・醤油については、豪州の現地小売店、健康志向の者向けの高品質な商品需要の取り込みを拡大・強化 ・味噌については、日本食レストラン等業務用需要を基本に、日本の味を好む若年層などの需要の取り込みを拡大・強化 ・味噌・醤油の知名度の定着と家庭用向けの利便性・簡便化商品の販売を強化（特に味噌） ・ハラール認証団体から認証を受けたハラール商品マーケットを拡大。 ・台湾の輸入停止措置の解除による5県産の輸出再開

2. 輸出産地の育成・展開

<輸出産地数>

- ・輸出を実施する者として、味噌は10産地、30社、醤油は20産地、40社を目標に検討
- ※引き続き、戦略的に取り組む事業者を掘り起こす

3. 加工・流通施設の整備

- ・労働生産性向上を図り国際競争力を確保するため、省人化機械等の導入・整備
- ・輸出先国の衛生管理の規制に対応するため、HACCP対応施設の導入・整備
- ・ハラール認証取得のための製造ライン等対応施設の導入・整備

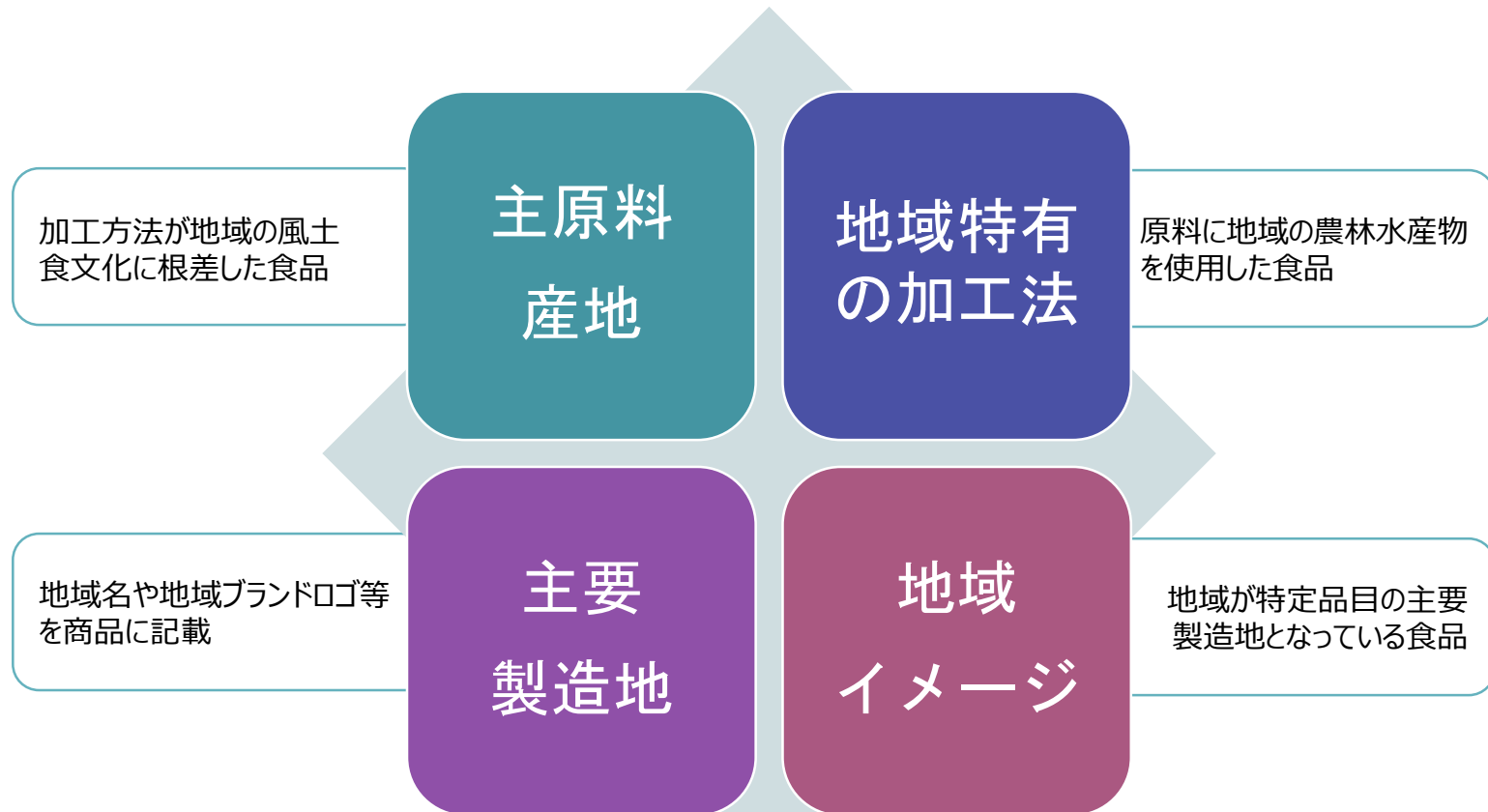
4. 品目別団体を中心とした販路開拓

- ・我が国は多様な味噌・醤油文化を有していることから、業界団体（全国味噌工業協同組合連合会（全味工連）や、日本醤油協会及び都道府県組合）と連携して地域や種類毎にその特色を前面に押し出しながらPRし、アミノ酸文化圏（東南アジア、東アジア）向け、家庭用、業務用等ターゲット別にアプローチ
- ・全味工連を通じた味噌JASの策定による輸出先国での味噌等の地位を確立
- ・多様な味噌・醤油の知名度向上のため、JFOODO、味噌ソムリエ、醤油ソムリエの活用
- ・調味料としての特徴・魅力を活かしたレシピ、調理デモを含めた海外及び国内での展示会、見本市及び店舗等でPR
- ・ECやデジタルプロモーションの積極的な活用と実店舗との連携
- ・有機味噌、有機醤油にも着目した取組を展開

26

出典：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
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/index-5.pdf

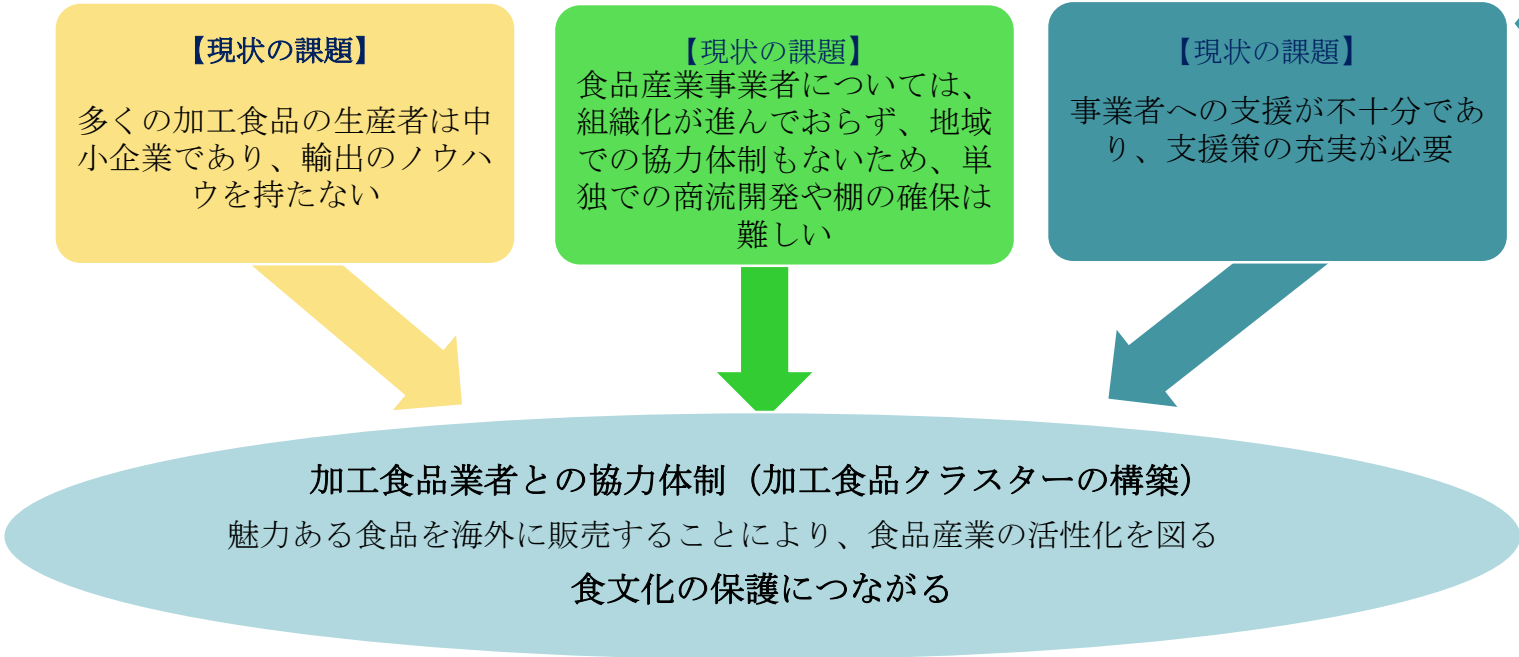
地域色のある加工食品とは以下のような分類で意味づけができる。



※地域色のある加工食品は、本事業の選考の際加点項目となります。

輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援

我が国は、食文化を反映する魅力のある食品が多く存在
輸出拡大のためにも、加工度が高い製品の輸出拡大が不可欠



持続的な支援

- ・対象となる地域食品を掘り起こし、地域レベルまたはより広範囲での協力体制を構築
- ・加工食品の輸出事業計画の策定を促進するための支援策の検討
- ・加工食品の品目団体を組織化し、オールジャパンでの輸出体制の構築（大手と地域中小の連携）
- ・GIなど知財を活用したブランド化（EUはGIを活用した輸出促進）等

参考：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
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/index-5.pdf