

認定農林水産物・食品輸出促進団体の概要

認定番号	認定団体名	対象とする輸出重点品目	認定日	掲載ページ
1	(一社) 全日本菓子輸出促進協議会	菓子	令和4年 10月31日	1
2	(一社) 日本木材輸出振興協会	製材、合板	令和4年 10月31日	3
3	(一社) 日本真珠振興会	真珠	令和4年 10月31日	5
4	日本酒造組合中央会	清酒(日本酒)、 本格焼酎・泡盛	令和4年 12月5日	7
5	(一社) 全日本コメ・コメ関連食品 輸出促進協議会	米・パックご飯・加工米飯・ 米粉及び米粉製品	令和4年 12月5日	9
6	(一社) 全国花き輸出拡大協議会	切り花	令和4年 12月5日	11
7	(一社) 日本青果物輸出促進協議会	りんご、ぶどう、もも、かんきつ、 かき・かき加工品、なし、いちご、 かんしょ・かんしょ加工品、 ながいも、たまねぎ等	令和4年 12月5日	13
8	(公社) 日本茶業中央会	茶	令和5年 3月31日	15
9	(一社) 全日本錦鯉振興会	錦鯉	令和5年 3月31日	17
10	全国醤油工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち醤油	令和5年 10月13日	19
11	全国味噌工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち味噌	令和5年 10月13日	20
12	(一社) 日本ほたて貝輸出振興協会	ホタテ貝・ホタテ貝加工品	令和5年 11月14日	21
13	(一社) 日本養殖魚類輸出推進協会	ぶり、たい	令和5年 11月14日	23
14	(一社) 日本畜産物輸出促進協会	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、 牛乳乳製品	令和5年 11月14日	25
15	全日本カレー工業協同組合	ソース混合調味料のうち カレールウ及びカレー調製品	令和5年 12月12日	27

団体の概要

概要及び設立時期

全日本菓子輸出促進協議会 (TACOM) は、輸出に取り組む菓子メーカー等で構成される協議会。全日本菓子輸出工業協同組合連合会 (昭和34年設立) を母体に平成29年1月16日に設立。

目的

国内で生産された菓子類の輸出を促進し、国内菓子産業の振興・発展に寄与するため、

- ① 菓子類の輸出に関する国内外の情報収集及び調査研究
- ② 輸出促進に必要なセミナー、講習会の開催
- ③ 海外で開催される展示会、見本市等への出展及び商談会の開催等を実施する。

代表者

代表理事 小高愛二郎

会員

(株) 天乃屋、(株) エイワ、江崎グリコ (株)、(株) ギンビス、
(株) ちぼりホールディングス、(株) ブルボン、丸京製菓 (株)、(株) 明治、
森永製菓 (株)、有楽製菓 (株)、(株) ロッテ、日本チョコレート・ココア協会、
全国ビスケット協会 他 **全46会員**※

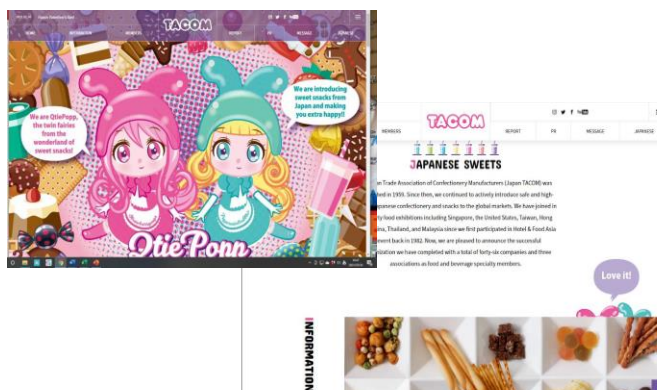
※令和7年7月25日時点

主な取組

- 海外の展示会等に会員企業を取りまとめて出展 (米国、東南アジア、香港など累計10カ国地域で50回以上出展)
- 複雑な海外の規制に対し、会員企業とともに対応の検討、実証等を実施
- 大規模な日本菓子のPR、アンテナショップ設置による現地消費者調査等を実施
- 英文HPを作成し、海外消費者に日本の菓子の魅力を発信



Winter Fancy Food Show (米国ロサンゼルス)
に出展した時の様子



TACOM英文HP

米国における取組事例

米国において、会員企業を取りまとめアジア系小売店に留まらず、メインストリーム（現地系大手小売店など）への進出に向けた様々なアプローチを実施

商品の現地化

従来の日本向けパッケージやHPを、米国向けに対応させるため、現地の栄養表示などの規制、効果的なデザインなどの情報収集、対応方法の検討、企画等を会員企業とともに実施



現地向け栄養表示を記載したパッケージ（左）
米国になじみの無い菓子を紹介するHP（右）

展示会への出展

現地のSweets & Snacks Expo、Fancy Food Showなどへ出展し、バイヤーと商談



Sweets & Snack Expoへの出展（左）
現地大学でのPR（右）

大学での日本産菓子のPR

現地大学の学生が一堂に会する学生フェアのタイミングに合わせて、日本産菓子のPRを実施

プロスポーツ会場でのPR

現地での認知度、信頼性向上のため、ソフトボールやプロアイスホッケー会場などでのPRを実施



球場イベントでの様子

活動成果（一例）

会員企業が現地コストコとの契約を成立させ、販売量を伸ばす等、米国での販路開拓・拡大を実現



現地コストコに並ぶ商品

(TACOMからの聞き取り等を基に農林水産省が作成)



団体の概要

概要及び設立時期

日本木材輸出振興協会は、林業事業者、製材等の製造業者、流通業者、輸出商社、森林・木材関係の全国業界組織、自治体等で構成される一般社団法人。日本木材輸出振興協議会（平成16年3月設立）を母体に、平成23年1月26日に設立。

目的

国産材（国内で生産された丸太、加工品及び木造住宅部材等）の輸出を振興するため、

- ① 国産材の輸出拡大に資するための相手国のニーズにあった木材加工技術の調査及び開発等による需要開発
- ② 国産材の輸出に関する国内外の関連情報の収集及び調査研究
- ③ 国産材の輸出拡大に必要なセミナー、講習会の開催等を実施する。

代表者

会長 山田壽夫

会員

（一社）全国木材組合連合会、日本合板工業組合連合会、全国森林組合連合会、ジャパン建材（株）、越井木材工業（株）、協和木材（株）、北三（株）、ナイス（株）、阪和興業（株）、ポラテック（株）、都道府県 他 **全144会員**※

※令和7年5月26日時点

主な取組

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

- 米国への2×4構造用製材（スギ、ヒノキ）の輸出に向けた性能検証に取り組み、設計強度の認可を米国製材規格委員会より取得
- 米国建築関係展示会への出展等を通じ、スギ、ヒノキの性能や特徴の広報活動を実施
- 環境面、コスト面から望ましい輸出木材用ラッピング製品ラッピングシートを検討・試作



米国検査機関でのスギの強度試験
(令和5年11月、米国オレゴン州立大学)



米国建築関係展示会（IBS）への出展
(令和6年2月、米国ラスベガス市)



■ 主な取組（続き）

海外におけるジャパブランドの確立

- 日本産木材製品の輸出ロゴマークを作成し商標登録するとともに普及を推進
- ベトナムのジャパンウッドステーション（JWS）を拠点とし、展示会等を通じて日本産木材の利用促進活動を実施
- 日本産木材製品の技術や品質をPRするためパンフレットや動画を作成・発信



日本産木材製品輸出ロゴマーク
「JAPAN WOOD」



日本産木材製品PR動画「木の国、日本」を
協会ウェブサイトから発信

海外における販路開拓活動

- 中国、韓国、台湾において日本産木材製品の利用促進を図るセミナーを開催
- 中国、韓国、台湾から木材輸入企業を日本に招へいし、国・地域ごとのセミナーや商談会を開催
- 中国、韓国、台湾の展示会に日本企業と連携しジャパンパビリオンを出展



ベトナムベドビルド展示会への出展
(令和6年10月、ベトナムホーチミン市)



韓国展示会（コリアビルド 2024）への出展
(令和6年7月、韓国ソウル市)



日本木材製品利用促進セミナー
(令和6年10月、中国南京市)

輸出促進のためのガイドラインの作成等

- 製材及び保存処理木材の輸出に資する既存規格をガイドラインとして取りまとめ、公開

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- 中国、韓国、台湾、米国における最新の木材市場情報を取りまとめウェブサイトから発信
- インド・インドネシア・オーストラリア等における木材市場調査を実施



団体の概要

概要及び設立時期

日本真珠振興会は、真珠養殖業を営む生産者団体や真珠の加工・流通・輸出を行う事業者の団体、宝飾販売業者等で構成される協議会で昭和31年9月28日に設立。

目的

真珠事業の研究、指導及び育成を図り、もってその発展、振興を促進するため、

- ① 真珠の養殖、加工、販売及び輸出に関する資料の収集及び調査研究
- ② 真珠事業に関する国内及び国外に対する宣伝及び啓もう
- ③ 真珠事業に関係ある貿易並びに国際経済に関する情報、資料の収集及び頒布
- ④ 真珠の各業界間の連絡、提携及びその指導等を実施する。

代表者

会長 藤田 哲也

会員

第1種会員：全国真珠養殖漁業協同組合連合会、愛媛県漁業協同組合、
日本真珠輸出組合、日本真珠輸出加工協同組合（4団体）

第2種会員：宝飾販売業者等（33社） **全37会員**※

注) 第1種会員…真珠の養殖、加工又は輸出に関する事業者によって組織される団体
第2種会員…真珠業者その他、会の目的に賛同するもの

※令和7年7月1日時点

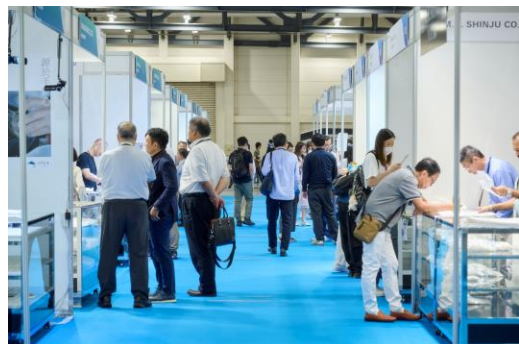
主な取組

海外における販路開拓活動

- 中国人バイヤー等を対象としたオンラインとリアルを併用した商談会（ジャパンパールフェア）を日本国内で開催



ジャパンパールフェアの開会式
(令和7年6月)

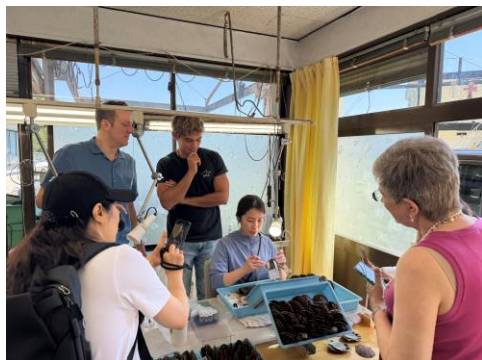


ジャパンパールフェアの展示会場
(令和7年6月)



■ 主な取組（続き）

- ジャパン・パール・プロモーション・ツアーを開催し、イタリアの宝飾業界関係者を日本に招へいするとともに、養殖・加工現場の視察、業界関係者との交流会等を実施
- E U市場での日本真珠の認知向上に向け、イタリアで開催された国際宝飾展において、アコヤ真珠の品質基準、SDGsに係る動画を配信



現地視察（核入作業現場）
（令和7年6月）



ヴィチエンツァ国際宝飾展
（令和5年9月）

業界関係者共通の輸出に関する 課題解決に向けた実証等

- 輸出拡大に向け、品質の良い真珠の安定供給を図るため、大量へい死を招かない漁場条件などアコヤガイ稚貝・母貝の生産条件を見極める実証試験を実施



漁場条件の実証試験
（令和4年9月）

海外におけるジャパンプランドの確立

- 「真珠指針2020」で取りまとめた品質基準を発信するとともに、アコヤ真珠のサステナブルな取組（真珠採取後のアコヤガイ貝肉を活用した堆肥作り等）を香港の国際展示場内で紹介



Jewelry & Gem ASIA Hong Kong
の出展ブース（令和6年6月）

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- 中国、香港、アセアン諸国で事業を展開している海外バイヤーを対象に聞き取り調査を行い、同地域における真珠サプライチェーンの実態把握、及び真珠の市場動向を整理

〔日本真珠振興会からの聞き取り等
を基に農林水産省が作成〕

団体の概要

概要及び設立時期

日本酒造組合中央会は、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律に基づき、昭和28年に設立。

目的

会員同士の緊密な連絡による親和と、相互の協調する精神に基づき、酒税の円滑な納税を促進し、酒類業界の安定と健全な進歩、発展のために必要な事業を行い、自主的、かつ、自由公正な事業活動の振興を期すると共に、酒税の保全に協力し、共同の利益の増進を図る。

代表者

会長 大倉 治彦

会員

各都道府県 酒造組合・酒造組合連合会 47会員※

各都道府県 酒造組合・酒造組合連合会には、各都道府県内の日本酒、本格焼酎・泡盛、本みりんの製造業者が所属。

※令和7年3月31日時点

主な取組

海外における販路開拓活動

- 傘下の事業者を取りまとめて、ProWein（ドイツ・世界最大級のワイン・アルコール飲料の専門見本市）等に出展。
- ProWeinの開催時期に合わせて、現地レストランやワインショップでの取扱いを広げるPRイベントを実施。



ProWein（ドイツ・デュッセルドルフ）への出展



ドイツでの事業者向けPR

■ 主な取組（続き）

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

- 米国ニューヨーク州、カリフォルニア州の飲食店においてビールやワイン等と同様の免許で本格焼酎・泡盛を販売できるよう規制緩和に向けた活動を実施し、実際に規制が緩和。
- 國酒の文化的な価値や魅力の発信につながる、国際空港國酒キャンペーン等を実施し、訪日外国人旅行者を対象として、各事業者自らが日本酒、本格焼酎・泡盛をPR。
- 市場情報の収集、情報発信、事業サポートを行う海外サポートデスクを設置。



国際空港におけるPR

※ 米国、カナダ、英国、フランス、スペイン、イタリア、
中国、香港、台湾、シンガポール

海外におけるジャパンブランドの確立

- 上記取組により米国ニューヨーク州及び、カリフォルニア州において州法が改正され、飲食店においてビールやワイン等と同様の免許で本格焼酎・泡盛を販売できるようになったことから、レストランやバーでの認知度向上のための試飲会やPRを実施。



焼酎や泡盛の認知向上のため、
セミナーの開催や試飲会等を実施

(参考)「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録

- 令和3年12月 「伝統的酒造り」を登録無形文化財に登録

※ 保持団体：日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会
(会長 小西 新右衛門 (日本酒造組合中央会副会長))

- 令和6年12月 「伝統的酒造り」についてユネスコ政府間委員会において無形文化遺産代表一覧表への「記載」(登録)が決定



団体の概要

概要及び設立時期

全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）は、オールジャパンで日本産コメ・コメ関連食品の輸出を促進する全国団体として、平成27年(2015年)8月13日に設立。

目的

我が国の良質なコメ・コメ関連食品の海外での需要の開拓・拡大を図り、世界のマーケットに届けるため、

- ① オールジャパンで取り組む共通課題の洗い出し・解決に向けた協力体制の構築
- ② 輸出拡大を通じた、我が国のコメ生産者の所得向上
- ③ 輸出拡大に向けた、輸出事業の共同展開等を実施する。

代表者

代表理事 木村 良

会員

輸出事業者 : 木徳神糧(株)、(株)クボタ、(株)神明、千田みずほ(株)

生産者団体 : 全国農業協同組合連合会、ホクレン農業協同組合連合会

パックご飯メーカー : (株)大潟村あきたこまち生産者協会

米粉・米粉製品 : 群馬製粉(株)、小林生麺(株)、(株)波里 等 **全93会員**※

※令和7年3月31日時点

主な取組

海外における販路開拓活動

会員企業を取りまとめて、輸出拡大重点国を中心に、商談会の開催・展示会への出展

海外におけるジャパンブランドの確立

日本産コメ・コメ関連食品を浸透させるためのWEBサイトの充実や日本産米の特性をアピールするための資料作成

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

米国エージェントによる市場調査、取扱店の新規開拓や、各国におけるパッケージデザイン調査、外国人旅行者向けに日本産米粉のPR等を実施



米国での商談会（令和6年度）



日本産米の特性PR資料

海外における販路開拓活動

海外での商談会の開催

- 輸出拡大重点国を中心に、現地事業者と商談会を開催。
- 会員の意向を踏まえ、ディストリビューター、レストランや小売店のバイヤーなどを幅広い分野から招へい。
- 商談会では、日本産米の魅力や特性が伝わるように、セミナー、クッキングショー、試食・食べ比べにより、成約率を高める取組を実施。



JFOODO・養殖魚団体等と連携し
寿司の試食を実施/米国（令和6年度）



JETRO・カレー団体等と連携し日本式カレーを紹介/
イギリス（令和6年度）



展示会への出展

- 新規バイヤーとの「思わぬ出会い」が期待できる海外展示会への出展。
- 展示会と個別商談会を組み合わせ、成果に結び付ける取組を実施。
- 刺身×日本産米の「本場の寿司」を提供するなど他品目とのコラボを実施。



Winter Fancy Food Show/米国（令和6年度）

海外におけるジャパンブランドの確立

- 海外の方が一目見ただけで「日本らしさ」を感じられる「富士山・桜・太陽」をモチーフに、稲穂が雲を突き抜けて育つように思いを込めて統一ロゴマークを作成。
- 日本産米などの商品、PR用ポスター、チラシ、名刺などに使用することで、日本産品であることをアピール。



輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- 効果的なマーケティング活動を実施するために、輸出拡大重点国における消費者調査を実施。また、各国での規制変更に対応するための調査を実施。



団体の概要

概要及び設立時期

全国花き輸出拡大協議会は、花きの生産者団体、流通・販売業者、輸出事業者、花き関係の全国団体、自治体等で構成する協議会として平成19年9月に設立。令和4年10月に任意団体から一般社団法人に移行。

目的

国産花きの輸出の拡大を図るため、

- ① 国産花きの輸出戦略の策定や輸出促進に資する政策提言
- ② 海外の輸出環境に関する情報収集や輸出希望者への有用情報の提供
- ③ 展示会や商談会など海外での広報活動等を実施する。

代表者

会長 生駒 順

会員

(株)大田花き、豊明花き(株)、(株)なにわ花いちば、(株)フラワーオークションジャパン、全国農業協同組合連合会、(一社)日本花き卸売市場協会、(一社)日本花き生産協会、(一社)日本植木協会 他 **全79会員**※

※令和7年3月31日時点

主な取組

海外における販路開拓活動

- 世界中のバイヤー等が集まる国際園芸博覧会などの場を活用し、高品質な日本産花きの展示やデモンストレーション、セミナー等のプロモーション活動を実施。



シンガポール日本産花きフェアでの
デモンストレーション
(令和6年6月)



欧州最大の切り花展示会
IFTF (International
Floriculture Trade Fair)
での展示 (令和6年11月)



中国昆明国際花卉展での
展示
(令和6年9月)



■ 主な取組（続き）

海外における販路開拓活動（続き）

- 海外のバイヤーに日本産花きの高い生産技術や栽培管理状況を知ってもらい、日本産花きの評価向上と取引拡大を図るため、国内産地等への招へいを実施。



米国のバイヤーの国内産地招へい
(令和6年11月)

輸出ターゲット国、地域の市場・規制調査

- 花き市場として有望な地域において、日本産花き取扱店の掘り起こしや海外バイヤー等向けに展示、嗜好調査を実施。



欧州での取扱店の掘り起こし（令和5年6月）

台湾での展示・嗜好調査（令和6年11月）

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

- 輸出における品質維持や輸出先国の検疫条件への対応に向け、検討会や実証試験、セミナー等を実施。



日本国内で根洗いた植木をカンボジアへ輸送し、植え込み後の活着状態を検証（令和5年）

輸出実績がないブルネイ向けに日本産切り花を輸送し現地での状態や品質を検証（令和6年）

〔 全国花き輸出拡大協議会からの聞き取り等を基に農林水産省が作成 〕



団体の概要

概要及び設立時期

日本青果物輸出促進協議会は、国産青果物とその加工品の輸出促進事業や情報の収集・提供等を通じて、国産青果物等の輸出を促進することを目的に平成27年5月に設立。令和4年11月に任意団体から一般社団法人に移行。

目的

国産青果物及びその加工品の輸出を促進するため、

- ① 国内外での国産青果物等のPR
- ② 展示会・セミナー等の実施
- ③ 海外マーケティング調査
- ④ 産地間連携及び輸出環境整備等に関する検討会の開催
- ⑤ 国産青果物等の輸出事業者による輸出活動等の支援等を実施する。

代表者

会長 菱沼 義久

会員

(一社) 青森県りんご対策協議会、(株) アライド コーポレーション、Wismettacフーズ(株)、九州農産物通商(株)、Japan potato(有)、JA全農インターナショナル(株)、東京青果(株)、NAX JAPAN(株)、日本園芸農業協同組合連合会、日本ブドウ産地協議会、なめがたしおさい農業協同組合、船昌商事(株) 他

全96会員※

※令和7年6月13日時点

主な取組

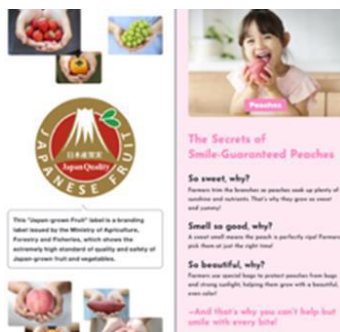
産地間連携によるオールジャパンでの需要開拓

- ・ シンガポール、タイ等において、オールジャパンによるプロモーションモデル実証を行い、ジャパンブランドの浸透や国内産地間連携によるオールジャパンの活動を推進



HELLOKITTY © 2025 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L652521

産地リレーにより日本産青果物の棚を毎年確保し、ジャパンフェアを実施



ストーリーブックを制作・配布し日本産青果物の魅力をアピール



産地リレーの情報をSNSで情報発信

■ 主な取組（続き）

輸出ターゲット国・地域のマーケット調査

- 海外の小売店舗で、日本産と競合する他国産について、店頭価格、品質等の販売状況を調査



海外小売店における販売の様子

国内外における商談会の開催

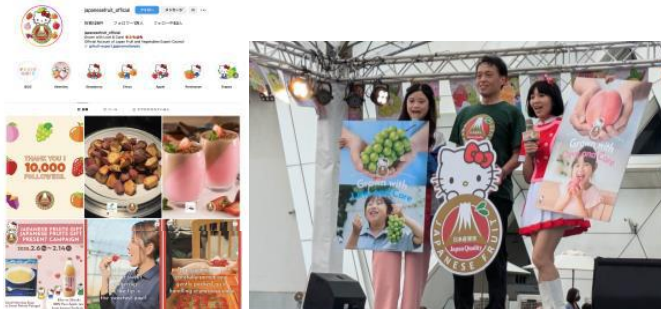
- 販路拡大に向け、輸出事業者等と現地バイヤーをマッチングするための商談会や、海外バイヤーの国内産地への招へいを実施



台湾での商談会（左）や
海外バイヤーの招聘（右）

メディア等による販売促進活動

- 日本産果実マークの認知向上や日本産イメージの定着向上を目指しプロモーションを実施



WEBサイト、SNS、インフルエンサーの
活用やイベントの開催

輸出に関する課題解決に向けた実証

- 業界共通の課題である長期安定供給のため、端境期解消に向けた新産地の育成や複数産地でのリレー出荷等を実証



産地間で異なる規格を統一

■ その他の取組

- 青果物部会（品目別：りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき、なし、いちご、かんしょ・加工品・その他野菜）による品目毎の輸出戦略の策定や中期計画の検討
- 残留農薬規制への対応のため、「台湾向けいちごの輸出に関する勉強会」を開催
- 農薬メーカー等からなるコンソーシアムを形成し、輸出先国・地域が設定する輸入農産物用の残留農薬基準に関する申請に係る取組を実施
- 青果物の輸出に関する各種情報の入手、協議会会員への配信 等



団体の概要

概要及び設立時期

日本茶業中央会は、茶の生産、加工・流通、輸出関連の全国団体、主産県の茶業会議所、茶関係事業者を会員とする法人。明治17年設立の中央茶業組合本部を母体に、昭和18年に社団法人、平成25年に公益社団法人に認定。

目的

茶業の健全な発展及び国民生活の豊かさの向上実現に寄与するため、

- ① 茶業及び茶文化の振興に関する関係機関への提言
- ② 茶の需要の拡大、計画的な生産等茶の需給の安定に係る総合的施策の推進
- ③ 茶の生産、流通及び加工の合理化
- ④ 安全安心な信頼性の高い茶の供給体制の整備
- ⑤ 国際的な視点に立った日本茶の振興と日本茶文化の普及等を実施する。

代表者

会長 上川 陽子

会員

全国茶生産団体連合会、全国茶商工業協同組合連合会、日本茶輸出組合、公益社団法人静岡県茶業会議所、公益社団法人京都府茶業会議所、公益社団法人鹿児島県茶業会議所、三重県茶業会議所、(株)伊藤園、サントリー食品インターナショナル(株)、三井農林(株)

全10会員※

※令和7年3月31日時点

主な取組

海外における販路開拓活動①

- ・ 米国、カナダ、台湾等において展示会に出展し、輸出業者の商談を支援



Winter Fancy Food Show (米国・ラスベガス) に出展 (令和7年1月)



台湾国際茶業博覧会 (台湾) に出展 (令和6年11月)

■ 主な取組（続き）

海外における販路開拓活動②

- ・ イギリスでのリーフティー試飲による市場・嗜好調査、フードイベント出展、シンガポールでの抹茶、日本茶のセミナー等を実施



日常的に日本茶に親しみたいという希望者向けにセミナーを実施／シンガポール（令和6年11月）

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

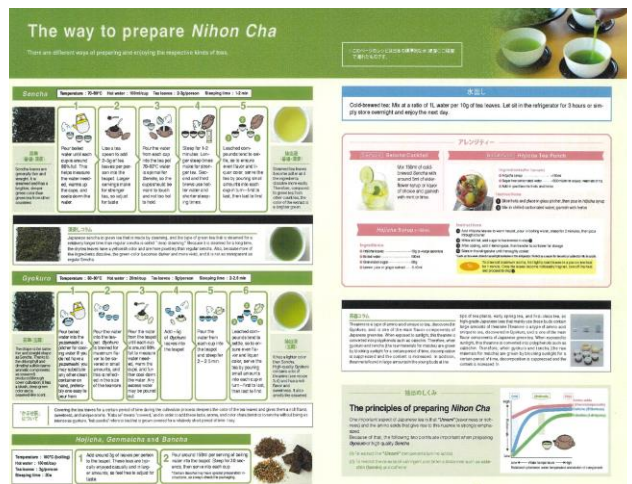


コンテナ輸送による品質影響試験

- ・ 茶の国際輸送環境の変化およびコンテナ輸送が茶の品質に与える影響を調査
- ・ 輸出業者・行政向け輸出セミナー（海外輸送・国際プラスチック規制の概要・ハラルの基礎等）を実施
- ・ 今後の伸びが期待される輸出向けほうじ茶の残留農薬・カフェイン量を調査

海外におけるジャパンブランドの確立

- ・ 海外消費者の理解向上、現地店頭販売員の資質向上のための海外広報用パンフレット制作など



輸出ターゲット国の市場・地域の市場規制調査

- ・ 輸出先国の残留農薬規制に関する問い合わせに的確に対応するための残留農薬相談窓口を設置
- ・ 国際会議に参加し、欧州における包装及び包装廃棄物の規制に関する情報収集を行い、輸出セミナーで情報提供を実施

（日本茶業中央会等の聞き取りを基に農林水産省が作成（日本茶業中央が一体となって実施した日本茶輸出促進協議会の取組を含む））



団体の概要

概要及び設立時期

全日本錦鯉振興会は、錦鯉生産者、流通業者、錦鯉を取り扱う事業者の団体等で構成される団体で昭和45年に設立。令和4年5月に一般社団法人に移行。

目的

錦鯉生産に関する相互研鑽、錦鯉文化の深化・拡充により、平和と文化の向上に資するため、

- ① 錦鯉の品評会の開催
 - ② 錦鯉の生産・流通に関する情報の提供、関連図書、資材の紹介
 - ③ 錦鯉の普及宣伝並びに海外市場の開拓
 - ④ 錦鯉の生産及び評価能力向上のための研修会
 - ⑤ 各地区等で開催する品評会、研修会等への協力と審査員・講師の派遣
 - ⑥ 錦鯉の輸出促進に関する業務
- 等を実施する。

代表者

理事長 間野 太

会員

- 錦鯉生産者
- 流通業者
- 錦鯉に関する商品の取り扱い業者 **全488会員**※ (うち海外会員：219会員)

※令和6年6月30日時点

主な取組

海外における販路開拓活動

- 錦鯉認知獲得に向けたSNSを活用した情報発信



公式SNSを活用した動画発信（左）と品評会の発信(右)



主な取組（続き）

海外におけるジャパンプランドの確立

- AIオンライン品評会の開催
AIを用いた鑑賞解析システムを活用し、自宅からスマホ等で手軽に参加可能なオンライン品評会を開催
- 錦鯉セミナー in 東京（「錦鯉発祥の地」である新潟県が主催）
全日本総合錦鯉品評会期間中、在日大使館関係者向けに錦鯉の魅力・歴史・輸出に関する防疫体制などの講義による錦鯉の普及活動
- 海外でのプロモーション活動（シンガポール、中国・上海）



AIオンライン品評会ポスター
(令和7年2月15日)



錦鯉セミナーポスター
(令和7年1月25日)



シンガポールのプロモーション会場
(令和6年7月)

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

- 世界中で流通する錦鯉の品質の平準化や適正な流通を図るため、品種の基準と錦鯉証明システムを開発・運用
 - 主要21品種の定義を日本農林規格（JAS）で明文化し、その他の品種の定義化のため、品種名と定義の国際基準化に向けた取組を実施
 - 不正な生産証明の排除や販売された錦鯉のデータベース化を図るための錦鯉証明システムの開発・運用



錦鯉の主な品種

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- ヨーロッパ・中国・香港・東南アジア・アメリカへの輸出拡大、南米・中東への輸出開始を目指して、錦鯉の生産・流通状況や日本との規制等について調査



団体の概要

概要及び設立時期

全国醤油工業協同組合連合会は、中小企業等協同組合法に基づき、昭和37年に設立。

目的

会員及びその組合員の相互扶助の精神に基づき、必要な共同事業を行い、もって自主的な経済活動を促進し、かつ、その経済的地位の向上を図るため、

- ① 醤油及び原材料の共同購入・生産・購買・保管・運送並びに斡旋に関する事業
- ② 醤油及び醤油加工品の市場開拓
- ③ 経営及び技術の改善向上、知識の普及を図るための教育及び情報の提供等を実施する。

代表者

代表理事会長 正田隆

会員

各都道府県 醤油業を営む事業者で組織された46協同組合と、2協同組合連合会の**全48会員**※。会員傘下には、約1,000社が所属。

※令和7年3月31日時点

主な取組

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- ・ 米国、東南アジア、欧州（フランス等）における市場概況、消費動向等を調査し、結果を会員に周知

海外等における販路開拓活動

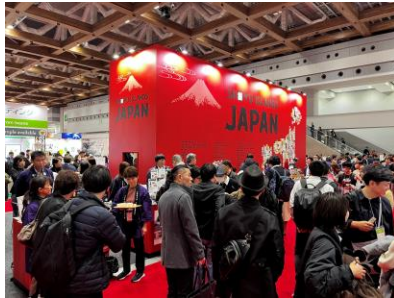
- ・ "SHOYU ISLANDS JAPAN"のテーマの下で、海外・国内の展示会に出展、併せて、展示会に必要な販促グッズ等の広報に必要な資材の作成・配付及び商談サポート等のコンサル活動を実施

輸出手続や商談等の専門家による支援

- ・ 組合員を対象とした輸出支援セミナーを実施



タイ試食商談会の様子
(令和6年5月)



FOODEX JAPAN 2025
(東京)に出展した時の様子
(令和7年3月)



輸出支援セミナーの様子
(令和6年6月)

(全国醤油工業協同組合連合会からの聞き取り等を基に農林水産省が作成)



団体の概要

概要及び設立時期

全国味噌工業協同組合連合会は、中小企業等協同組合法に基づき、昭和35年に設立。

目的

会員及びその組合員の相互扶助の精神に基づき、必要な共同事業を行い、もって自主的な経済活動を促進し、かつ、その経済的地位の向上等を図るため、

- ① 原材料の共同購買並びに斡旋に関する事業
- ② 味噌の共同宣伝及び市場開拓、事業に関する調査研究
- ③ 経営及び技術の改善向上、知識の普及を図るための教育及び情報の提供等を実施する。

代表者

会長 満田盛護

会員

各都道府県 味噌業を営む事業者で組織された45協同組合と1協同組合連合会の**全46会員**※。会員傘下には、736社が所属。

※令和7年6月25日時点

主な取組

海外におけるジャパンプランドの確立

- ・ 台湾の台北市・高雄市で展示会に出展・試食セミナーを開催
- ・ 台湾バイヤー6社を招致して「味噌蔵ツアー」を実施

海外における販路開拓活動

- ・ 傘下の事業者を取りまとめて、SIAL Paris（フランス・ヨーロッパ最大級の食品見本市）に出展



台北での展示会
(令和6年9月)



バイヤーを招致した
味噌蔵ツアー (令和6年12月)



SIAL Paris（フランス・パリ）
への出展 (令和6年10月)



団体の概要

概要及び設立時期

日本ほたて貝輸出振興協会は、ホタテ貝及びその加工品（ホタテ貝製品）の生産、加工、流通、販売等を行う企業、団体等で構成される協議会として令和3年12月に設立。令和5年10月に任意団体から一般社団法人に移行。

目的

ホタテ貝製品の輸出拡大に寄与するため、

- ① 国内外でのPR、展示会・セミナー等の実施及び海外マーケティング調査等に係る事業
- ② 競争力強化、ブランド力向上等に係る事業
- ③ 輸出拡大に資する情報収集及び会員への情報提供等を実施する。

代表者

会長 野村 一郎

会員

北海道漁業協同組合連合会、青森県漁業協同組合連合会、岩手県漁業協同組合連合会、宮城県漁業協同組合、(株)イチャママル長谷川水産、鎌田水産(株)、(株)極洋、(株)鮮冷、(株)ニチレイフレッシュ、(株)ニッスイ、マルハニチロ(株)、(株)山神 他 **全59会員**※

※令和7年6月20日時点

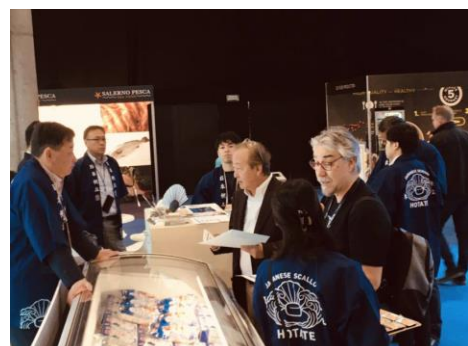
主な取組

海外における販路開拓活動

- ・ 会員事業者を取りまとめて、Seafood Expo North America（米国・世界3大水産物見本市）やSeafood Expo Global（スペイン・欧州最大級の水産物見本市）等に出展



Seafood Expo North America
(米国・ボストン) への出展
(令和7年3月)



Seafood Expo Global
(スペイン) への出展
(令和6年4月)



■ 主な取組（続き）

- 海外バイヤーの産地への招へい、試食セミナーの開催



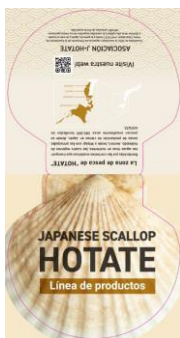
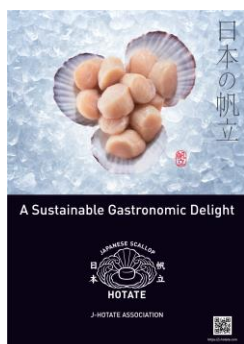
海外バイヤー向け試食会
(令和6年10月)



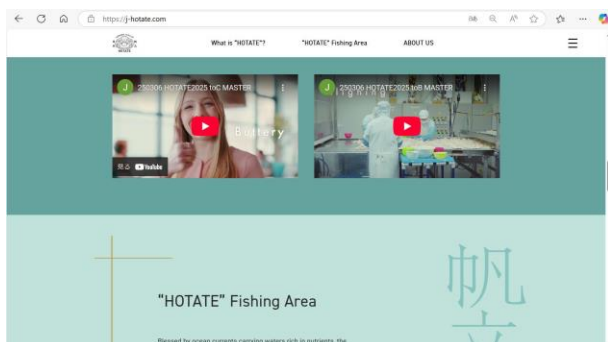
海外バイヤーによる製造ラインの見学
(令和6年10月)

海外におけるジャパブランドの確立

- 英語、スペイン語、中国語の多言語による販促資材や動画の作成
- 国連総会の開催に合わせて行われたレセプションでのブース出展
- 香港輸出支援プラットフォームや香港税関と連携した日本産ホタテ貝製品偽造品の流通防止・取締り対応の実施



見本市等で使用するポスターやパンフレット（英語版、スペイン語版、中国語版）



ホタテ貝の生食需要の喚起、安心・安全を訴求する動画作成



レセプションでのブース出展
(令和5年9月)

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- 米国等におけるホタテ貝の市場概況、消費動向等を調査

(日本ほたて貝輸出振興協会からの聞き取り等を基に農林水産省が作成)



団体の概要

概要及び設立時期

日本養殖魚類輸出推進協会は、ぶり、たい類及びその加工品等（ぶり・たい製品）の輸出拡大を図ろうとする企業、団体等で構成される協議会として令和4年3月に設立。令和5年2月に任意団体から一般社団法人に移行。

目的

- ぶり・たい製品の輸出拡大を図るため、
- ① 国内外でのPR、展示会・セミナー等の実施及び海外マーケティング調査等に係る取組
 - ② 競争力強化、ブランド力向上等に係る取組
 - ③ 輸出拡大に資する情報収集及び会員への情報提供等を実施する。

代表者

会長 山本 有二

会員

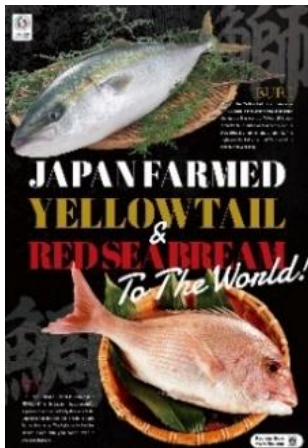
（一社）全国養殖魚輸出振興協議会、東町漁業協同組合、（有）苓南尾鷲物産（株）、イヨスイ（株）、（株）ニシウオマーケティング 他 **全53会員**※

※令和7年3月31日時点

主な取組

海外におけるジャパンブランドの確立

- 海外見本市等で使用する英語のポスターやパンフレット、ジャパンブランドをPRする統一ロゴマークの作成



鮪

BURI (Yellowtail) Home Cooking Recipes

Fresh BURI (Yellowtail) has a beautiful pale pink color with white and purple, contains lots of vitamins, and healthy fats. Some people find the taste of BURI a little bit fishy, so we recommend getting BURI as fresh as possible. In Japan, BURI is often cooked in fillet form. Fish fillet is called "SASHIMI" in Japanese. There are many ways to eat BURI, raw, by boiling, grilling, or frying.

KUREDO (fillet) of BURI

SASHIMI Sliced Raw Yellowtail

A block of BURI

1. Place the block horizontally in front of you.
2. Align the base of the knife, and in one motion, cut to the thickness (0.2 to 0.3 inches) you want.
3. Put fish on the plate with the head and arrange them in a row.

A popular fish for SASHIMI and BURI!

BURIKATSU Yellowtail Cutlet

2 fillets BURI
salt / pepper / flour / breadcrumbs / oil

1. Heat plenty of oil in a pan.
2. Dredge (□) in flour.
3. Dredge (□) in egg.
4. Dip (□) in egg, then breadcrumbs.
5. Fry (4) in oil (350-360 F) until golden brown.

Crispy on the outside and juicy inside.

What is BURI (Yellow Tail)?

"Yellowtail" is endemic to Japan. It is known as a "promotion" fish because it changes its name as they grow and change size. "Yellowtail" is also remarkable in nutritional aspects. In addition to protein of good quality, it is rich in EPA, which is assumed to improve quality of blood and lower risks of arteriosclerosis. DHA, which is said to boost brain and nerve functions, as well as D-retinol and vitamin D. "Yellowtail" is a migratory fish, used to be a seasonal delicacy. Only recently, thanks to advancement in aquaculture technology, it has become possible for good quality yellowtail to be available all year round in Japan.



統一ロゴマーク



■ 主な取組（続き）

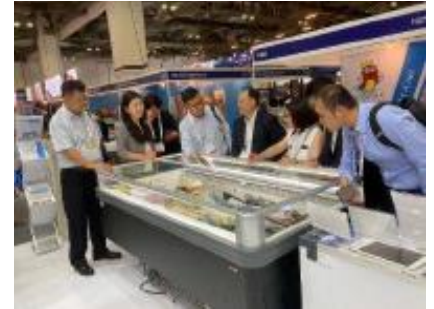
海外における販路開拓活動

- アメリカでの現地シェフ等を対象とした試食イベントの開催や、レストランとタイアップした販売プロモーションの実施



試食イベント、販売プロモーションで
提供された料理

- 会員事業者を取りまとめて、世界3大水産物見本市であるSeafood Expo North America（米国）やSeafood Expo Global（スペイン）、Seafood Expo Asia（シンガポール・東南アジア最大級の水産物見本市）等に出展



Seafood Expo North America（米国・ボストン、令和7年3月）（左）、
Seafood Expo Global（スペイン・バルセロナ、令和7年4月）（中央）、
Seafood Expo Asia（シンガポール、令和7年9月）（右）への出展

- 在ドイツ日本大使館公邸において、多品目の日本産食品を欧州全体でPRする「ジャパンフードショー」が開催され、コメ、畜産物、カレーの団体とともに、日本産食品をアピール



「ジャパンフードショー」における日本産ぶりの解体ショーや日本産養殖魚の解説

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- 米国等におけるぶり、たいの市場分析や現地水産加工工場の課題抽出等の調査
(日本養殖魚類輸出推進協会からの聞き取り等を基に農林水産省が作成)

団体の概要

概要及び設立時期

日本畜産物輸出促進協会は、日本産畜産物のオールジャパンでのプロモーションや輸出に関する情報の収集・提供等を通じ、日本産畜産物の輸出を促進することを目的として平成26年12月に設立。令和5年9月に任意団体から一般社団法人に移行。

目的

国産畜産物の輸出を促進するため、

- ① 輸出促進のため必要な事業
- ② 輸出に関する情報の収集、分析・検討とその結果の会員への提供と助言
- ③ 輸出に関する調査・研究
- ④ 商談会や見本市への参加、広報宣伝等による需要の開拓等を実施する。

代表者等

最高顧問 森山 裕 衆議院議員

会長 井出 道雄

会員

畜産品目別輸出協議会、中央団体等 **全13会員**※

※令和7年3月31日時点

牛肉輸出協議会 (全102会員)

豚肉輸出協議会 (全23会員)

鶏肉輸出協議会 (全36会員)

鶏卵輸出協議会 (全64会員)

牛乳乳製品輸出協議会 (全11会員)

食肉加工品輸出協議会 (全41会員)

伊藤ハム米久HD (株)、エスフーズ (株)、スターゼン(株)、日本ハム(株)、(株)ミートコンパニオン、JA全農インターナショナル(株)、全国農業協同組合連合会、(公社)日本食肉生産技術開発センター、(公社)日本食肉格付協会、ブランドおおいた輸出促進協議会畜産部会、全国肉牛事業協同組合、(公社)中央畜産会、(公社)日本食肉協議会、(一社)日本食肉加工協会、(公社)日本食肉市場卸売協会 等

中央団体等：

- (一社) 家畜改良事業団、(公社) 中央畜産会、(公社) 日本食肉格付協会、(公社) 日本食肉協議会、全国農業協同組合連合会、地方競馬全国協会、(独) 農畜産業振興機構

■ 主な取組

海外における販路開拓活動

- 国際展示会への出展や試食会の実施等によるプロモーションの実施、産地と現地バイヤーとの商談の場の提供。
- 米国、スペイン、サウジアラビア及びベトナムにおいて、食肉事業者、レストランシェフ、牛肉小売店関係者等を対象としたPRセミナー及びカットティング・デモンストレーション等を実施。
- 台湾での乳製品のレストランカフェメニュー商談会 & 現地テレビ局とのメディア連動による訴求。



サウジアラビアでの
日本産和牛セミナーに
おけるカットティングデモ
(令和6年12月)



香港での展示会における
プロモーション、試食会
(令和6年8月)



台湾での乳製品のレストラン商談会
(令和6年12月)

海外におけるジャパンプランドの確立

- 日本産畜産物の統一マークによるPRやSNS等での多言語発信。
- 香港、シンガポール等において日本産豚肉や日本産鶏肉のレストランフェア、キャンペーンを実施。
- 台湾へ向かう機内での日本産乳製品の試食の実施。



日本産畜産物の識別を
容易にする統一マーク

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

- 大学・試験研究機関等で行われた、和牛肉品質の比較優位性に関する研究成果の把握・整理。
- シンガポールにおける鶏卵の生産・流通等を業界関係者からヒアリングし、調査結果を会員等へ提供。

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- イギリス、フランス、ドイツにおいて、日本産和牛肉と消費者層が近いと考えられる、外国Wagyu肉の流通販売事情の調査を実施。



フランスの精肉店の
高級牛肉ショーケース

ジェットロやJFOODOとの連携強化推進

- 米国の調理師学校関係者及び食肉事業者等を国内招へいし、日本産畜産物の理解醸成を図る取組をジェットロとともに実施。
- 米国において、和牛肉を使ったメニューの開発・店舗での体験やSNS・動画チャンネル等を活用した和牛肉の価値の訴求に向けた取組をJFOODOとともに実施。

団体の概要

概要及び設立時期

全日本カレー工業協同組合は、中小企業等協同組合法に基づき、昭和36年に設立。

目的

組合員の相互扶助の精神に基づき、必要な共同事業を行い、
もって自主的な経済活動を促進し、かつ、その経済的地位の向上を図るため、
① 香辛料（原材料を含む。）の共同購買・保管等に関する事業
② 経営及び技術の改善向上、知識の普及を図るための教育及び情報の提供
③ 海外市場を含む新たな事業分野への進出の円滑化を図るための新商品若しくは
新技術の研究開発又は需要の開拓に関する事業
等を実施する。

代表者等

理事長 浦上 博史

会員

甘利香辛食品（株）、（株）インデラ、江崎グリコ（株）、エスビー食品（株）、
（株）エム・トゥ・エム、（株）大崎屋、大塚食品（株）、（株）オリエンタル、交易
食品（株）、（株）甲味食品興業所、水牛食品（株）、（株）杉本商店、
（株）多務良屋、テーオー食品（株）、日本調味食品（株）、日本糧食（株）、
ハウス食品グループ本社（株）、ハチ食品（株）、平和食品工業（株）、ムアー食
品（株）、（株）明治

※令和7年5月19日時点

全21会員※

主な取組

海外におけるジャパンプランドの確立

- 日本式カレー認知度向上のため、日本文化イベントであるHyper Japan（英国最大級）に出展



HYPER JAPAN（英国・ロンドン）での試食の様子（令和6年7月）



HYPER JAPANの際に作成したポスター



HYPER JAPANの会場

■ 主な取組（続き）

業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等

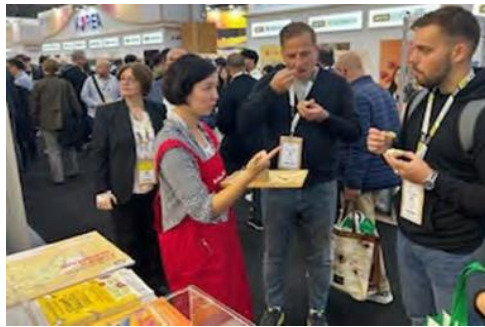
- ・ 日本産食材の流通が少ないフランスの地方都市において、学校給食への導入促進のためのレシピ等の提供や、日本式カレーに関する講演や調理実習を実施



フランスの学校での調理デモ、給食で提供されたカレー、講演の様子

海外における販路開拓活動

- ・ 欧州（英国、フランス、ドイツ）、米国の現地飲食店等への日本式カレーの導入促進のためのメニュー開発セミナーや、導入店舗での日本式カレーフェアの開催
- ・ 傘下の事業者を取りまとめて、SIAL Paris（パリ・欧州地域内での大規模展示会）や Food Japan（シンガポール・ASEAN最大級の日本食に特化した見本市）に出展
- ・ SIAL Parisでは（一社）全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会と連携し、日本式カレーと日本産米のコラボレーションによる品目横断的プロモーションを実施



ベルリンでの現地飲食店
向けのセミナー（令和6年7月）

SIAL Parisでの日本産米を使用した日本式カレーの提供
（パリ、令和6年10月）

輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査

- ・ ロンドン、パリにおいて現地需要に合った輸出を行うための消費者調査を実施