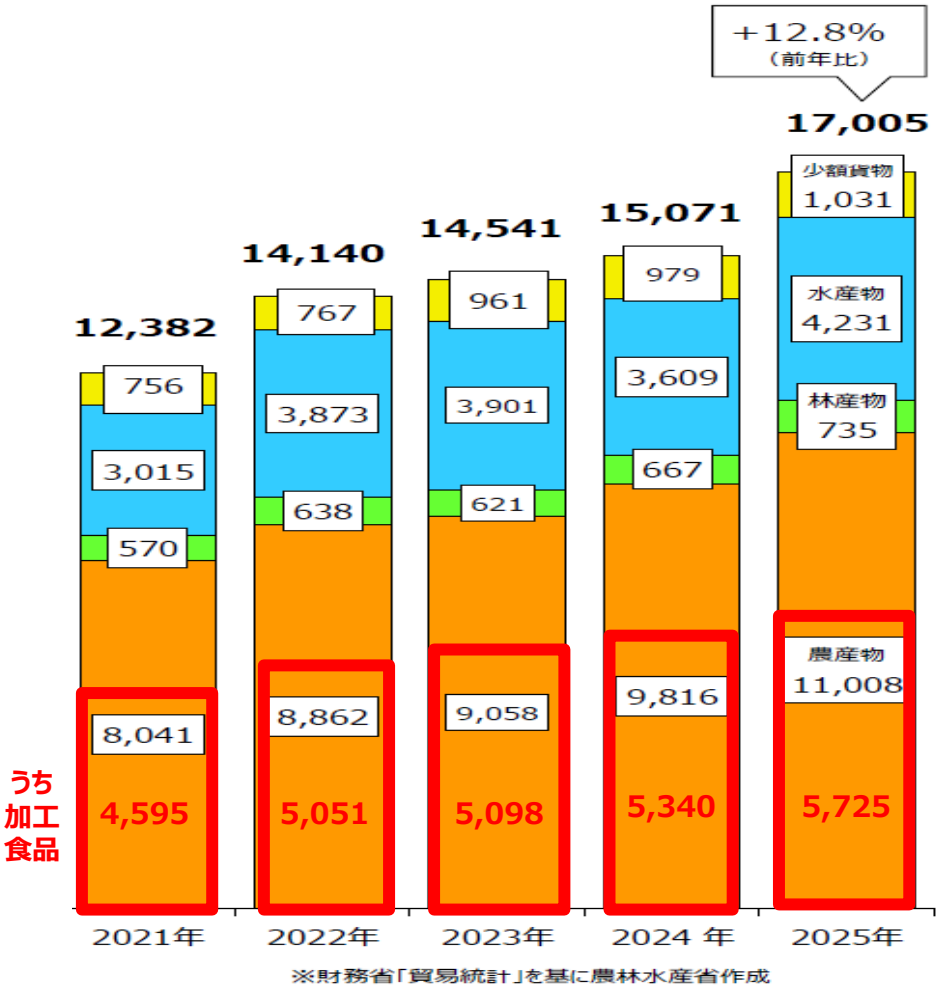
5.加工食品の輸出拡大に向けた取組

5-1. 加工食品の輸出の現状

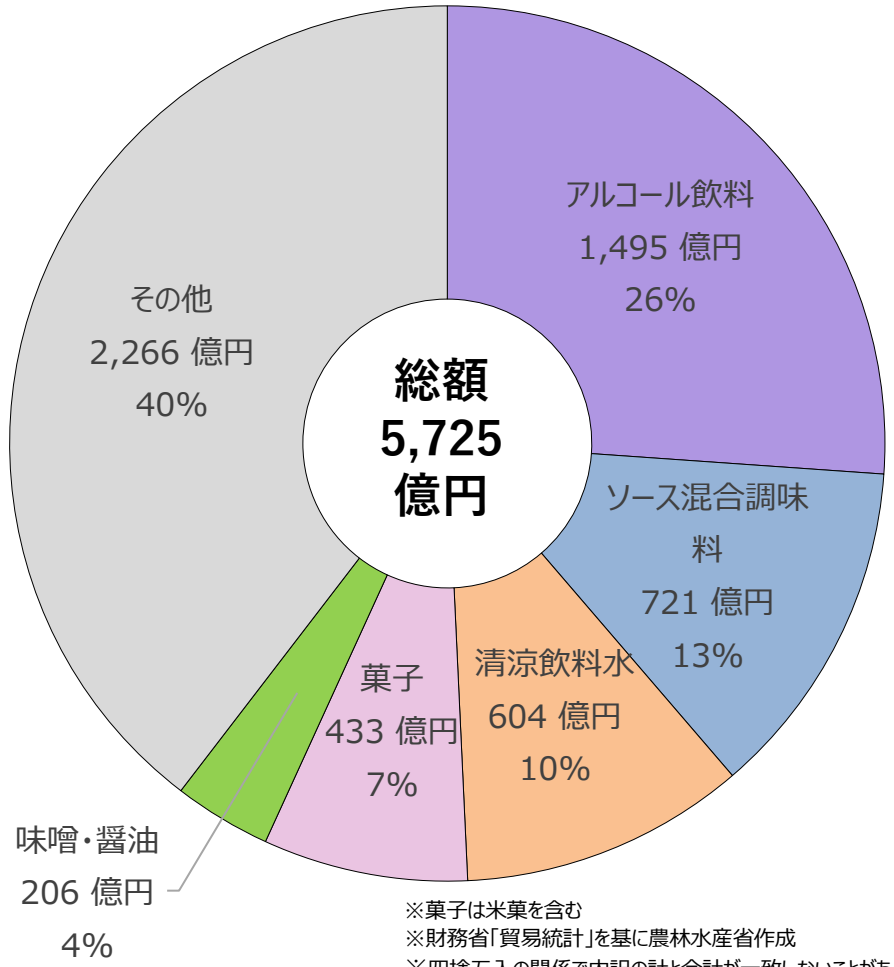
○2025年の農林水産物・食品の輸出額は**17,005億円**。そのうち加工食品は**5,725億円**。
○加工食品の輸出額を品目別にみると、ウィスキーや清酒等のアルコール飲料が1,495億円と26%を占め、ソース混合調味料が721億円で13%、清涼飲料水が604億円で10%と続く。

農林水産物・食品　輸出額の推移



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

加工食品の品目別輸出額（2025年）



※菓子は米菓を含む
※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
※四捨五入の関係で内訳の計と合計が一致しないことがある。

5-2. 加工食品の輸出に関する課題

（加工食品の強み）

○ 季節変動が少なく、**周年輸出が容易**。

○ 日本の高度な技術により、輸出先国の嗜好、生活スタイルに合わせて**付加価値を付けることが可能**。輸出の有望な分野。

（加工食品の課題）

○ 中小企業が多い食品製造事業者単独では、各国の規制調査、海外でのマーケティング・商流構築、物流コスト削減等の取組を行うことは困難。

○ 輸出先国の食品安全・添加物・表示・容器・包材等の規制・基準について、**国・品目・製品ごとの対応が必要**。

○ 輸出先国の複数の規制対応が必要であり、**国内向けと別の製造ライン施設が必要な場合も多い**。

○ 加工食品は、船便の場合が多く、輸送日数を要すること等により、日本国内よりも**長い賞味期限を求められる**上に、各国ごとに使用可能な食品添加物が異なることから、代替添加物により新たな商品を製造することが求められる。

中小食品製造事業者

○ 中小企業が多い食品製造事業者単独で、各国の規制調査、海外でのマーケティング・商流構築、物流コスト削減等の取組を行うことは困難。



食品添加物

○ 国ごとに使用可能な食品添加物が異なることから、使用できない添加物を使用している場合は、代替添加物に変更し商品を製造することが必要。

施設認定・登録

○ 食肉や水産物を主な原料とする加工食品については、施設基準や衛生基準（HACCP）を満たした施設の認定が必要な場合があり、施設改修も伴う。

○ 中国へ食品を輸出する場合は、製造企業登録を行うことが必要。



表示

○ 国ごとに栄養成分等の表示ルールが異なることから、内容を確認の上、ラベルを印字又は添付する必要。

容器・包材

○ 国ごとに包装容器の品質規格・条件が異なることから内容を確認の上、認められた容器・包材を使用する必要。直近では、EUの容器・包材規制やプラスチック削減条約への対応が重要。

混合食品

○ ＥＵへの輸出では、動物由来の原料（乳、卵、水産物など）が含まれる混合食品の場合、その原料がＥＵ基準を満たしていることが必要。



ハラール、コーシャ

○ 原材料、加工方法、包装、貯蔵、物流、陳列等サプライチェーンを通じた対応が必要。

5-3. 加工食品の輸出に向けた取組（１）海外食品添加物規制早見表

- 食品添加物は、国・地域ごとに定義、使用基準、用途等が異なることから、加工食品の輸出に取り組むに当たり障壁となっているとの意見が多い。
- このため、食品添加物のうち着色料、乳化剤、甘味料、調味料、保存料、酸味料、酸化防止剤について、主な輸出先10の国・地域(米国、EU（英国含む）、中国、タイ、香港、豪州、台湾、韓国、シンガポール、ベトナム)における食品添加物の代替利用に役立つ早見表を作成。
- また、今年度、コーデックス規格に関する情報を追加予定。

（公開リンク: https://yushutukisei.com/）

＜コンテンツの構成＞

1）トップページ（第一階層）

①食品添加物の認可状況を対象国・地域ごとに〇×で表示

②**着色料**（83物質）、**乳化剤**（59物質）、**甘味料**（25物質）
調味料（75物質）**保存料**（27物質）、**酸味料**（25物質）、
酸化防止剤（56物質）、**増粘安定剤**（63物質）

2）詳細画面（第二階層）

①詳細情報
【国名】【添加物名・和名】【当該国での品目番号】
【英名】【**使用基準**、出典元URL】【**成分規格**、出典元URL】

②取扱説明書（PDF）：各国法令の解説、食品分類、法令等



和名	英名	色	日本	米国	EU（英国含む）	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	豪州
β-アポ-8'-カロテナール	β-Apo-8´-Carotenal	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
β-カロテン	β-Carotene	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アズキ全草抽出物	Azuki extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
アナトー色素	Annatto Extract	赤	既存	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アルミニウム	Aluminium	銀	既存	×	○	×	×	×	○	○	×	×	○
ウコン色素	Turmeric Oleoresin Curcumin	黄	既存	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
エンジュ抽出物	Enju Extract Japanese Pagoda Tree Extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
オレンジ色素	Orange Color	橙	既存	×	×	○	×	○	○	×	×	×	×



5-4. 加工食品の輸出に向けた取組（２）加工食品輸出先国多角化等支援事業

【R7年度補正予算額 260百万円】

○ 食品製造業の97%以上が、中小企業及び零細企業。

○ 加工食品クラスターでは、個社単独では難しい資金面・人的面の課題やノウハウ不足等を克服するため、複数の食品製造事業者等が連携して、輸出拡大に向けた活動を実施しています。

○ 複数品目、単一品目、地域単位、全国単位など地域の事業者の実情に応じ様々な団体の類型があり、事務局は構成員の食品製造業者、行政機関及び地域商社などが担っています。

＜連携して輸出拡大に取り組む活動事例＞

共同での海外プロモーション

単独での海外展示会への参加はハードルが高い

- 共同での国内外の見本市や展示会への参加
- 海外バイヤーの国内招聘、製造現場視察
- 商品のテストマーケティング



共同輸送

個々の事業者が小ロットでバラバラに輸出し、物流コストが割高

- コンテナにおける混載、共同輸送
- 地域が一体となった地方空港・港湾の利用
- 販路開拓に向けた連携（取引先の紹介等）

ブランドの確立に向けた取組

ブランド力や国際競争力が不足

- 品目や地域、商品ブランドの構築
- GI、地域団体商標等の取得
- 共同での商品開発、パッケージ作成

海外規制情報等の共有

単独での海外ニーズ調査は困難であり、各種規制情報等も把握できない

- 海外ニーズ、輸出ノウハウ、経験等の情報共有
- 規制・条件（添加物、包材等）の情報共有
- 農水省、JETRO等への相談や支援策の共同活用

（参考）加工食品クラスターの取組事例：https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/cluster/zirei.html

（参考）加工食品輸出クラスターの取組事例①

愛知県食品輸出研究会

【複数品目、地域単位】

愛知県の加工食品メーカーが、定例会において輸出スキルを高める勉強会や情報交換をするとともに、海外現地での「愛知フェア」や商談会の開催のほか、現地シェフによるプロモーション等の実施により「愛知県産食品」の海外販路開拓を進める。

構成員

平松食品



会長

県内メーカー



44社

- 輸出支援策の紹介
- 各種規制等の情報提供

東海農政局
愛知県
ジェトロ名古屋
金融機関ほか

- 輸出スキル向上のための勉強会等を実施
- 輸出初心者にもフェア参加機会の場を提供
- 現地のシェフや、現地マーケットに精通する専門家を実施体制に組み込みニーズを精緻に把握

鹿児島県貿易協会

【複数品目、地域単位】

鹿児島県が事務局となり、海外のレストランや量販店等での「鹿児島フェア」の開催や国内外バイヤーとの商談会、貿易アドバイザーによる貿易相談、JETRO等と連携した各種セミナーや貿易講座等を実施。







- 香港、シンガポール、米国等でのフェアの開催やバイヤーを招聘した商談会、イメージアップ広告等のＰＲを実施
- 東南アジア、台湾で最大規模のECモールで特設サイトを開設。サイトを活用して総合的なマーケティングを支援
- 輸出商社と県内事業者が連携して行う営業活動や商談機会の創出等の取組を県と連携して支援

（参考）加工食品輸出クラスターの取組事例②

播州乾麺輸出拡大協議会

【単一品目、地域単位】

兵庫県播州地区の乾麺メーカーが連携して「播州ブランド」を確立し、乾麺のさらなる輸出拡大を目指す。

地域性品目	構成員			
乾麺 	兵庫県手延素麺協同組合	兵庫県乾麺協同組合	東亜食品工業	輸出商社・自治体
	403社加盟	15社加盟	事務局	

主な輸出取組

- 月に１～２回の定例会議で会員間の認識の共有及び輸出拡大に向けた議論を実施
- 多言語対応HPやSNS、パンフレット等による情報発信
- 展示会への共同出展、商談会への参加、海外市場でのテスト販売等による新規開拓

木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム

【単一品目、全国単位】

全国各地の木桶仕込み蔵元が参加。木桶仕込み醤油のブランディング確立によりハイエンド向けの輸出拡大を目指す。

重点品目	構成員			
醤油 	木桶仕込みの蔵元 	伝統デザイン工房	輸出商社・自治体	
	29社	事務局		

主な輸出取組

- 「木桶醤油＝プレミアム醤油」として共同でブランディングを実施
- WEBやSNSでの情報発信に加えて、現地の試食会などのリアル体験を通じてPR
- メーカー以外の人材も参加し、専門領域を生かし団体を運営

5-5. 加工食品の輸出に向けた取組（３）① GFP加工食品部会

- GFP加工食品部会（委託事業）において、商流構築のための主要な輸出先国や、ポテンシャルが高い国等の現地ニーズや添加物・包材規制等規制に対する最新情報をセミナー・相談会等で情報発信

〈GFPとは?〉
Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project の略称で、輸出意欲のある産地・事業者のコミュニティ形成等をオールジャパンで支援するプロジェクト
（※加工食品部会は、食品製造事業者の輸出拡大に特化した取組）

GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト

情報収集

- **GFP加工食品部会メンバーに対して、現状の課題に関するアンケートを実施**

【課題の例】
➢ ディフェンス面
・現地の表示規制、ラベル対応
・包材・添加物規制
・認証取得
・輸出人材・体制の確保

➢ オフェンス面
・商流構築・販路開拓
・マーケティング・ローカライズ
・情報収集・ネットワーク形成



セミナー・相談会

- **ヒアリング情報等をもとに現状課題を把握し、品目別/テーマ別のセミナーを開催**

【過去に実施したセミナー】
➢ EU新規法（PPWR）＆マーケットセミナー
➢ 賞味期限・包材対応セミナー
➢ ネクストマーケットセミナー
➢ 加工食品クラスター意見交換会　等



伴走支援

- **重点テーマごとにチームを編成し、メンター（商社のほか専門家・インポーターも含む）を配置し、伴走支援及び商流構築に向けた取組を実施**

【過去に実施したプログラム】
➢ 北欧×高付加価値商品（現地の有力インフルエンサーとの連携）
・SNS・Youtube等を活用し、北欧系消費者への商流構築を目指す

➢ 米国×現地系販路（小売・外食・EC）
・ECも活用しつつ、米国現地系への商流構築を目指す

5-5. 加工食品の輸出に向けた取組（３）② JAS

○JASとは、日本農林規格（Japanese Agricultural Standards）の略称であり、日本農林規格等に関する法律（JAS法）に基づく、農林水産・食品分野の国家規格（令和８年10月現在　94規格）

○①産品の品質・仕様、②産品の生産・流通プロセス、③事業者による産品の取扱方法、④事業者の経営管理の方法、⑤試験方法、⑥これらに関する用語など、多様な規格の制定が可能

○JAS制度の手続には国際的に信頼あるISO基準を採用

①しょうゆ



・うまみ成分の指標として、全窒素分やエキス分が一定以上であること
・うまみ成分の多さや色・香りなどによって特級、上級、標準の等級を設定
など

②有機加工食品





・化学的に合成された添加物や薬剤の使用を避けること
・原材料は、95%以上が有機農産物等であること
・遺伝子組換え技術を使用しないこと　など

②大豆ミート食品類



・大豆たん白質含有率が10%以上であること
・1次原材料から3次原材料までに動物性原材料を使用しないこと　など

②障害者が生産行程に携わった食品及び観賞用の植物





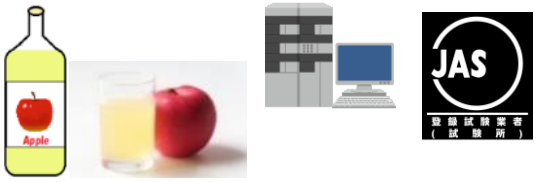
・主要な生産行程に障害者が携わっていること
・問合せに応じて、主要な生産行程のうち障害者が携わった主要な生産行程を回答できるものであること　など

③・有機レストラン・ベジタリアン・ヴィーガンレストラン



・正しく情報提供するためのサービス方法を規格化

⑤　りんごジュース中のプロシアニジン類の試験方法



・抗酸化作用等が報告されているプロシアニジン類の統一的な試験方法

※①～⑥の数字はJASの類型に対応。類型④及び⑥は、加工食品の輸出向けJASは未制定。

5-5. 加工食品の輸出に向けた取組（３） ③ JASの活用

○JASは、品質や生産方法等の特性を適切に評価するためのツール。サプライヤーにとっては産品や取組を**説明する際の後ろ盾**として、バイヤーにとっては「確かなもの」を**調達する際の判断基準**として活用されることで、特に海外取引における効率化・円滑化に寄与。

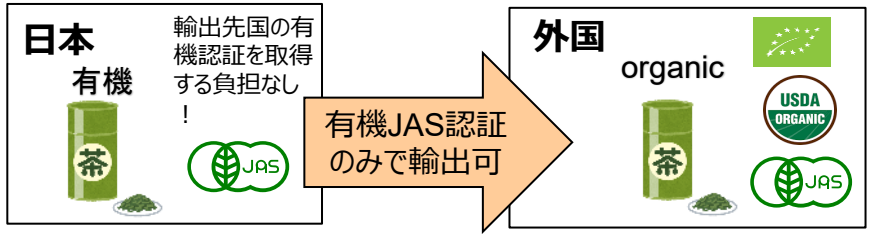
海外取引におけるJASの活用例

海外のバイヤーに馴染みのない日本の産品、技術、取組であっても、客観的で説得力のある説明・証明、信頼の獲得が容易に

- タイの取引先に**「食用植物油脂のJAS」**の内容を示しながら認証取得を説明し、品質の高さと管理技術の確かさについて信頼を獲得（食品メーカーＡ）
- 台湾、中国、韓国及び東南アジア諸国では、**「しょうゆのJAS」**が日本ブランドとして人気であるため、認証を取得し、輸出（食品メーカーB）
- 東南アジア諸国で**「パン粉のJAS」**が、良品質の証明として認識され、取引が増加（食品メーカーC）

有機同等性を活用した輸出

有機同等性が承認されている場合、事業者は、日本の有機JAS認証を受ければ、輸出先国の有機認証を受けなくとも、輸出先国において「有機」と表示して流通が可能



JASの国際標準化

日本の事業者にとって有利に働く規格を制定・活用し、認知度・影響力を向上させることにより、海外取引を円滑化

日本独自の価値・ルールを日本ブランドとして海外へ訴求

JASのまま海外において浸透・定着

（例）ハム・ソーセージのJAS認証品が東南アジアで贈答品に選好

日本独自の価値・ルールを世界共通の規格として標準化

ISO規格化

（例）魚類の鮮度（K値）試験方法（ISOにて規格案の検討中）

農林水産省　食品製造課　基準認証室　ダイヤルイン：03-6744-2098　HP:http://www.maff.go.jp/j/jas/index.html

5-6. 加工食品輸出に向けた取組（４）
日本発食品安全マネジメント規格（JFS規格）の活用

○食品安全マネジメント規格としては、FSSC22000(オランダ)等が存在。しかし、**日本の伝統的な製法に適さない、英語で書かれた規格文書しかない**等中小事業者が取組やすいものがなかった。
○海外で通用する日本の規格がなく、国際的なルールメイキングに参画できなかった。

2016年　　日本発食品安全マネジメント規格（JFS規格）が誕生
2018年10月 JFS-C規格が、食品安全の**グローバル規格として**GFSI※により**承認**

※GFSI：Global Food Safety Initiative（世界食品安全イニシアティブ）
グローバルに展開する食品企業によって設立された、食品安全の向上と消費者の信頼強化のため、協働して食品安全管理規格の承認等を行う民間団体

JFS規格の仕組み

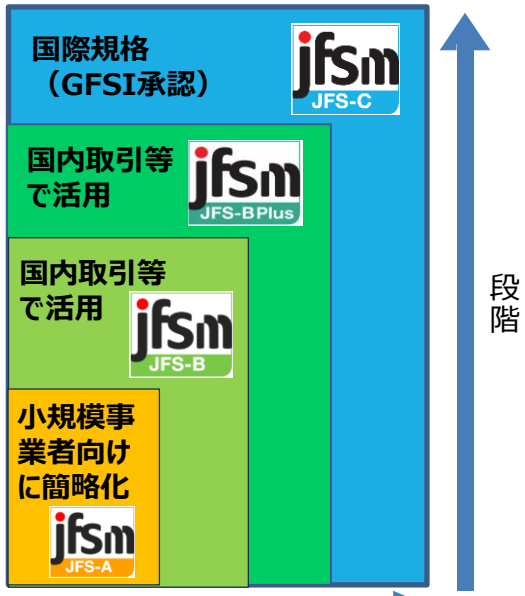
主な必須事項

- 食品安全マネジメントの取組
- 内部監査
- ・・・

- 食品安全文化
- 偽装防止
- ・・・

- HACCPに基づく衛生管理
- 苦情対応
- 食品防御
- アレルゲン管理
- ・・・

- HACCPの考え方を取り入れた衛生管理
- トレーサビリティ
- ・・・



JFS規格制定の背景と経緯

① 海外の機関が認証する規格では、中小事業者が取り組みやすいものがない。

② 国際的に通用する日本の規格がなく、国際的なルールメイキングに参画できない。

2016年　日本発の食品安全マネジメント規格　JFS規格（Japan Food Safety standard）誕生

2018年10月　JFS-C規格がGFSIの承認取得

（参考）食品事業者に求められる食品安全の取組の３つの段階

○**HACCP**や**一般衛生管理GMP**は、主に自然界で発生する病原菌等のリスクを管理することです。
○これに加え、取り扱う食品のさらなる安全性を確保するために、意図的な毒物混入や食品偽装の防止、実際に食品事故が起きた場合の危機管理対応、管理体制の整備などの**食品安全マネジメントシステムFSM**（ Food Safety Management system）の取組みが求められます。

FSM

食品安全マネジメントシステム（FSM）

- 以下のGMPとHACCPを有効に実行するための管理の仕組み
- 安全方針の設定、手順書作成、文書管理方法の設定など
- トップマネジメントの責任、**フードディフェンスや食品偽装**への対応

HACCP

ハザード制御（HACCP）

改正食品衛生法の施行により
令和３年６月１日　完全義務化

- 生物学的危害、化学的危害、物理的危害の可能性を分析（HA）
- 危害防止のための重要な工程管理ポイントを決定（CCP）
- 重要な工程管理ポイントにおける管理条件を設定

GMP

適正製造規範（GMP）

- 食品安全において**基本となる一般衛生管理**
- HACCPを実施するための前提条件プログラムの中心となる基準
- 従業員衛生、環境、施設、装置、検査、メンテナンス、教育など