

農林水産物・食品の輸出促進の取り組み

～ ハラル食品を中心に ～

農林水産省 輸出・国際局 規制対策グループ

目 次

第 1 章：農林水産物・食品の輸出実績

第 2 章：新規市場開拓の必要性

第 3 章：ハラール市場を目指す理由

第 4 章：インバウンドから始まる輸出

第 5 章：食品産業の海外展開から更なる輸出拡大へ

第 6 章：ハラール市場進出に向けた政府の取組

第 7 章：インドネシア・ハラール認証義務化

第 8 章：主な国内ハラール関係団体の相互承認状況

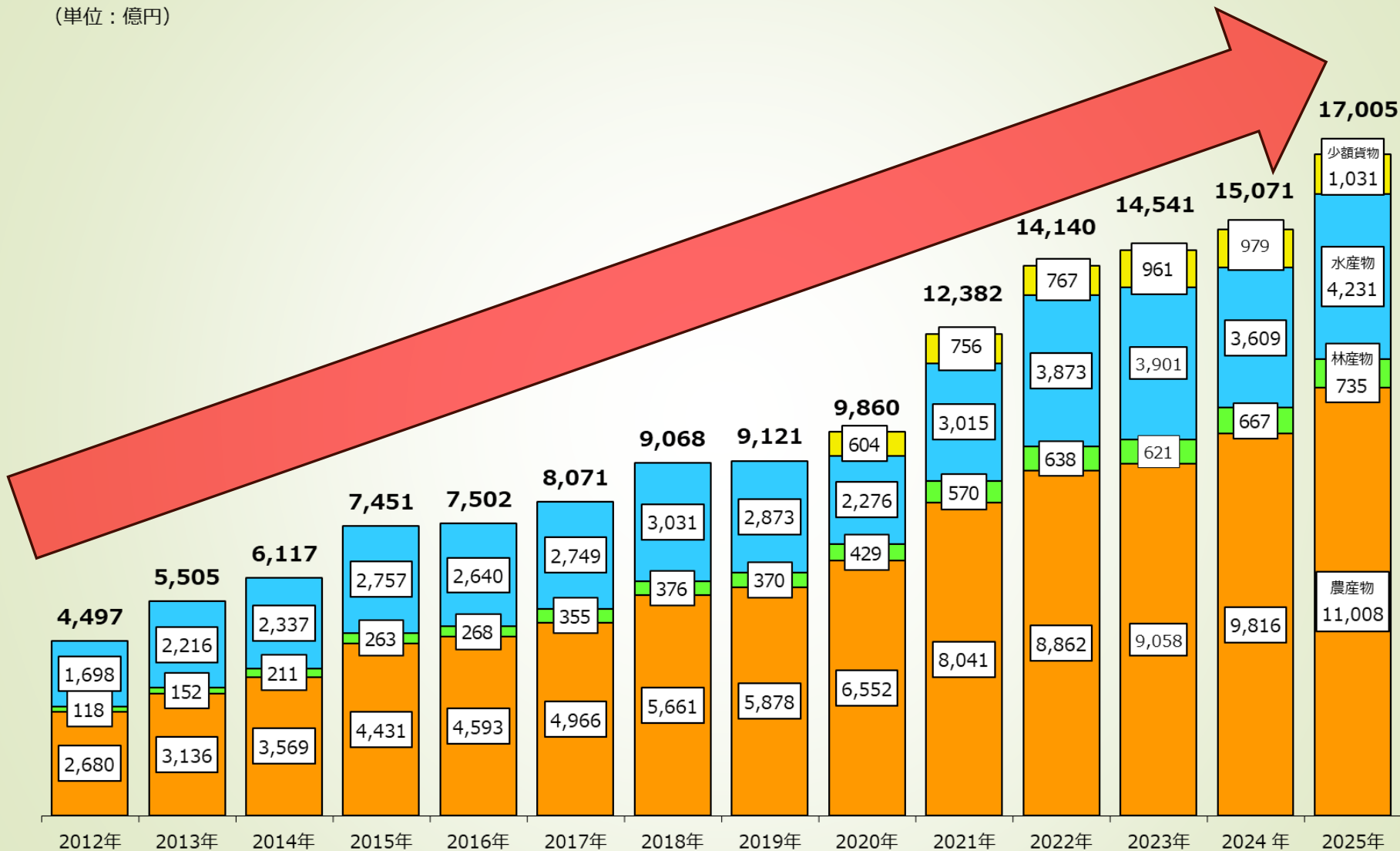
第1章

農林水産物・食品の輸出実績

(2025年に1.7兆円に)

1－① 農林水産物・食品の輸出額の推移

(単位：億円)



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

1－② 2025年 農林水産物・食品の輸出先上位

2025年 農林水産物・食品 輸出額（国・地域別）

順位	2025年1-12月（累計）							2025年12月（単月）				
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	米国	2,762	17.3	+13.7	1,847	88	828	265	+0.6	193	7	65
2	香港	2,228	13.9	+0.8	1,354	20	854	198	▲ 8.9	132	2	65
3	台湾	1,812	11.3	+6.4	1,364	45	403	222	▲ 2.0	170	5	47
4	中国	1,799	11.3	+7.0	1,387	345	67	177	▲ 2.2	132	34	12
5	韓国	1,094	6.8	+20.0	689	40	365	139	+25.1	66	4	70
6	ベトナム	954	6.0	+10.7	453	7	493	121	+27.4	56	1	65
7	タイ	735	4.6	+17.1	379	11	346	72	+26.9	35	1	36
8	シンガポール	563	3.5	+1.2	460	6	98	48	▲ 9.5	36	1	12
9	ロシア	414	2.6	+439.3	413	0	1	4	▲ 90.0	4	0	0
10	オーストラリア	382	2.4	+16.6	329	2	50	35	+19.0	27	0	7
－	E U	997	6.2	+16.2	821	22	154	115	+32.7	95	2	19

1－③ 2025年 輸出品目別概況

輸出額の増加が大きい輸出重点品目

品目	増加額	主な増加要因
緑茶	+357億円	欧米・ASEAN向け等が健康志向や日本食への関心の高まり等を背景に、ラテやスイーツ等の食品原料となる抹茶を含む粉末状茶を中心に増加。
ホタテ貝	+211億円	ベトナム向けが加工用の冷凍両貝に加え、玉冷の現地加工の拡大等により増加。
ぶり	+113億円	米国向けが2024年夏の環境変化による成長の遅れに伴う輸出時期の後ろ倒しのほか、脂の乗った大型サイズの需要の高まり等で単価上昇により増加。
牛肉	+83億円	欧米・アジア向けが既存商流の拡大や新規商流の開拓等による需要の高まりにより増加。
ウイスキー	+53億円	シンガポール向けが認知度の向上による需要の高まり等により増加。
ソース混合調味料	+52億円	米国・アジア向けが日本食への関心の高まり、インバウンドの増加等により、マヨネーズのほか、ごま味やしそ味など様々な調味料の需要の高まり等により増加。
菓子（米菓除く）	+30億円	米国・アジア向けがSNSを通じた日本産品への人気の高まり、新規商流の開拓による需要の高まり等により増加。
清涼飲料水	+30億円	アジア向けが健康志向の高まり等を背景とした緑茶飲料などの需要の高まり、現地規制に対応した商品の導入等により増加。
製材	+28億円	米国向けが日本産スギフェンス材の認知度向上による需要の高まり等により増加。
錦鯉	+27億円	中国向けが施設認定の更新により再開したほか、米国向けが現地プロモーションによる人気の高まり等により増加。

1－④ 輸出拡大が続く背景

- ① 日本食への関心の高まり
- ② インバウンドによる日本食認知度の向上
- ③ 健康志向の高まり
- ④ 既存商流の取扱量拡大
- ⑤ 新規商流の獲得

第2章

新規市場開拓の必要性

(成長のための新たな選択)

2ー① 2030年に向けた新たなステージ

1. 現状と課題

- ① 2025年実績：1.7兆円（実績）
- ② 2030年目標：5.0兆円（政府目標）
- ③ 課題：目標達成には、現在のペースを大幅に上回る「更なる成長」が必要。

2. 農林水産物及び食品の輸出拡大実行戦略（2025年5月改訂）

- ① 特定の国・地域への過度な依存を回避
- ② 「非日系市場」や「未開拓エリア」への多角化を加速

3. 第23回農林水産物・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（2026年1月、官房長官指示）

- ① 現地系商流への売込み
- ② 輸出先国の多角化
- ③ 各国・地域の規制の撤廃・緩和に向けた協議の加速

2-② 何故、新規市場開拓の必要性

1. 特定市場への依存によるリスクを回避

- ① 特定国への依存は、突然の規制変更や景気後退に弱い
- ② 「第2、第3の市場」を切り開き、外部環境に左右されない安定した輸出体制を構築。

2. 市場環境の変化

- ① 国内：人口減少に伴い、国内市場は縮小。
- ② 世界：人口増加と経済成長により拡大する世界市場。
(特に、東南アジア・中東・アフリカ)

3. ブルーオーシャン市場の獲得

- ① 日系市場への偏重や既存の日系商流の奪い合いを回避。
- ② 成長著しい未開拓市場を先取りし、新たな需要を創造。

第3章

ハラル市場を目指す理由

(まだ見ぬ巨大市場へ)

3-① 爆発的に拡大する市場規模

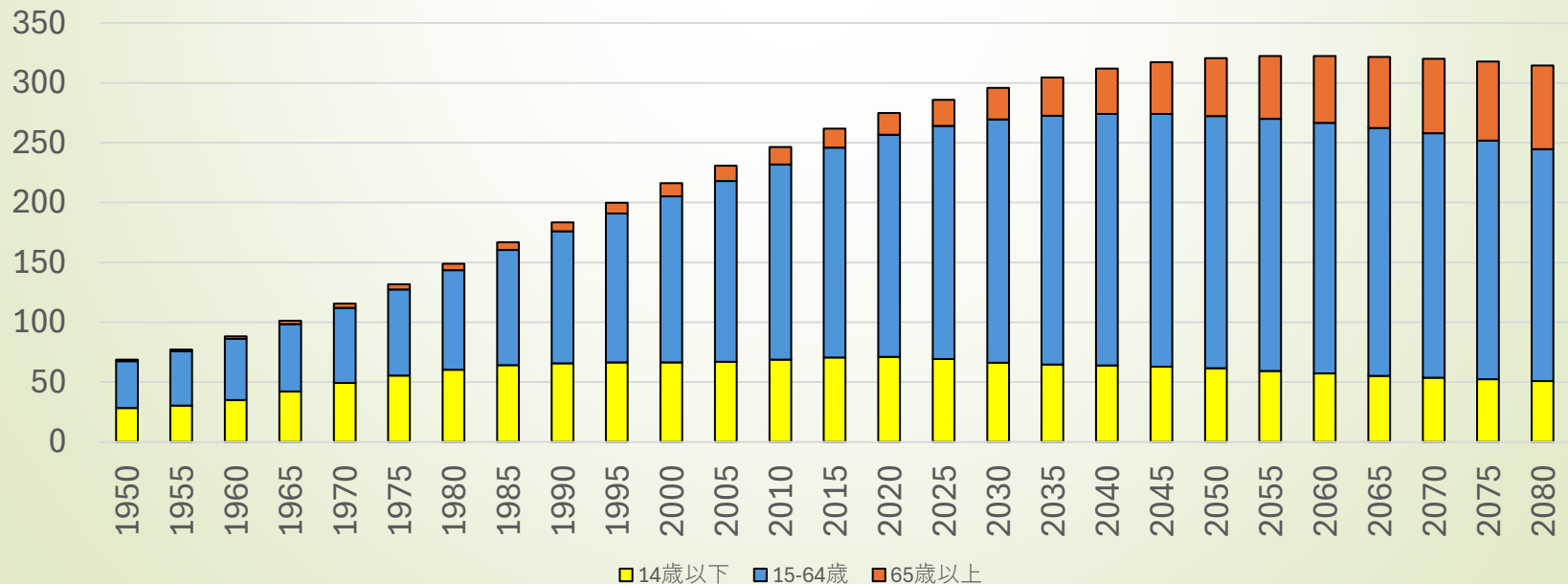
世界人口のムスリム比率の急速な高まり、無視できない巨大市場

ムスリム人口の増加

- ① 2025年の世界人口 = 約82億人（うちムスリム人口は約20億人）
- ② 2030年の世界人口予測 = 約85億人（うちムスリム人口は約22億人）

【参考】インドネシアに関する予測

インドネシアの年齢階層別人口の推移と予測



3-② 人口ボーナスと成長ポテンシャル

先進国が少子高齢化に直面する中、イスラム諸国は若年層人口を背景に高い成長ポテンシャルを有している。

地域	人口構造の特徴	市場への影響
インドネシア等	生産年齢人口 (15～64歳) が多い	・長期的人口ボーナス期 ・高い成長ポテンシャル
先進国 (日本等)	急速な 少子高齢化	国内消費市場 の縮小

経済成長に伴う消費者意識の変化 ～ 「安さ」から「質へ」 ～

- **経済成長が消費者の価値観を変える：**
 - ・ イスラム諸国では、人口増加とともに所得水準が上昇。
 - ・ 消費者の関心は、価格から品質・安全・信頼へ。
- **選ばれるのは「安心できる食品」：**
 - ・ 健康志向、安全志向の高まり。
 - ・ 原材料・製造工程が見える食品への関心。
- **そこで「日本産」：**
 - ・ 安全、品質、信頼。
 - ・ 少し高くても、安心できるものを。



日本産ハラール食品は、成長イスラム市場の“選択肢”

ハラル認証取得は、競争優位性にもなる

➤ 信頼の獲得：

認証取得により、ムスリム消費者が信頼（安心）して手に取れる環境を構築（→競争優位性へ）。

➤ ブルーオーシャンへの挑戦：

ASEANやMENA（中東・北アフリカ）には、未開拓のブルーオーシャン市場が存在。

➤ 政府目標への寄与

ハラル市場への売込み強化は、農林水産物・食品の輸出額 5 兆円目標達成に寄与。

第4章

インバウンドから始まる輸出

(一期一会の食事から)

ムスリム旅行者の「食の安心」が将来の輸出需要を生む

➤ **旅で一番困るのは「食事」：**

- ・ 絶景があっても、食べられなければ人は来ない。
- ・ ムスリム旅行者にとって、「食べられるか」は訪問の前提条件。

➤ **日本での体験は、記憶に残る：**

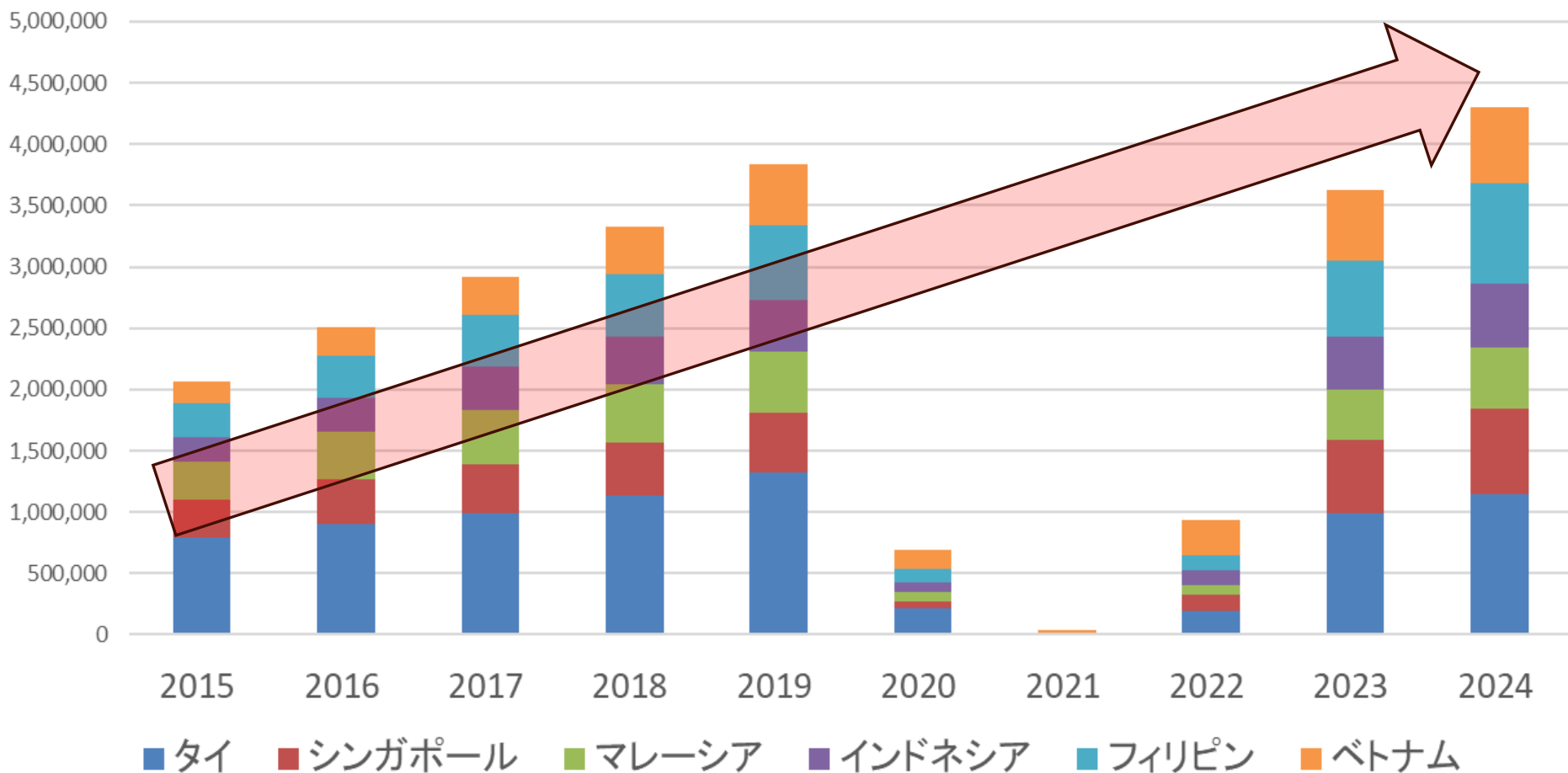
- ・ 安心して食べられた日本食は、「美味しい」、「また食べたい」という記憶になる。

➤ **4,000万人を超える訪日客は“未来の海外消費者”：**

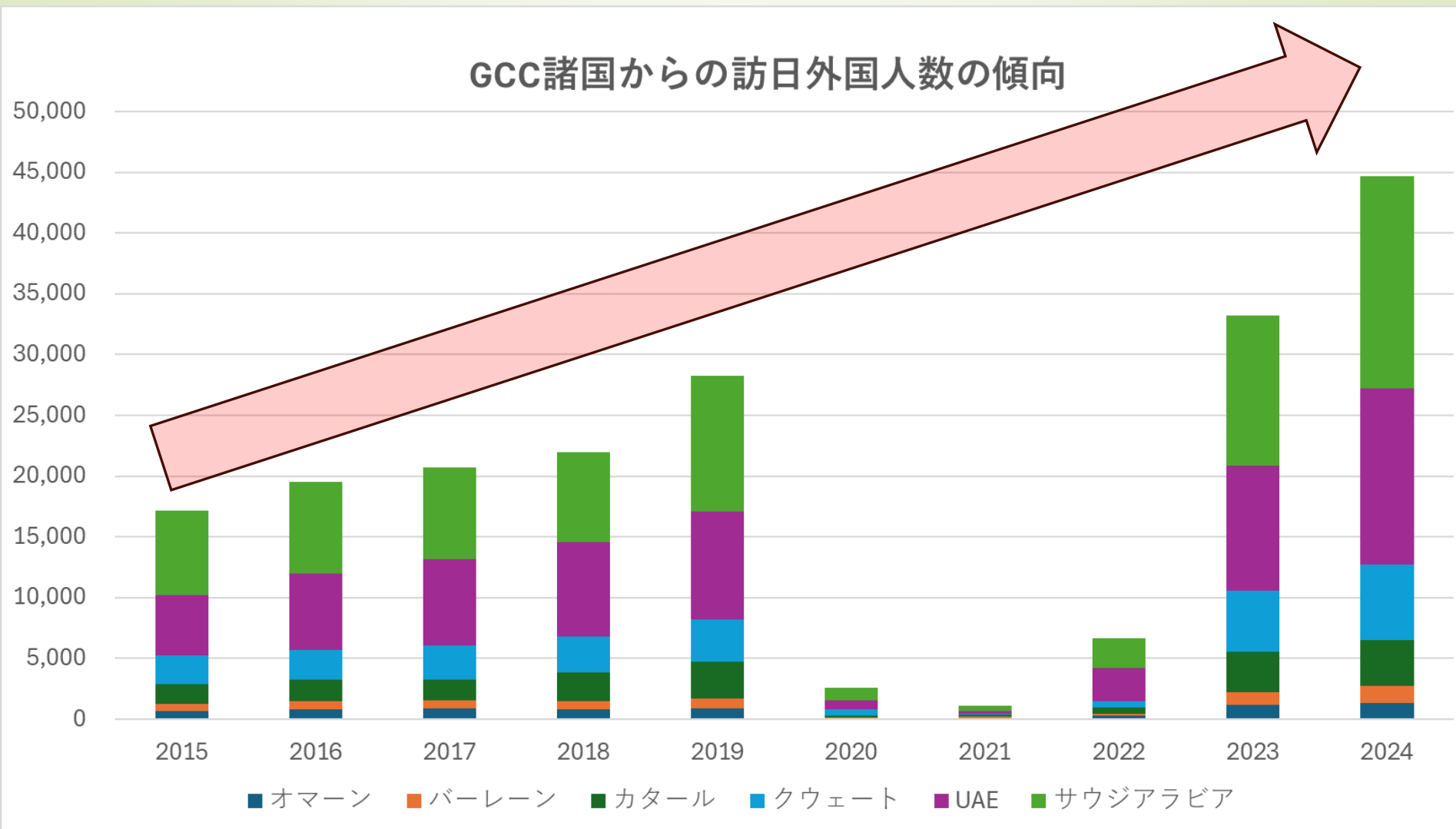
- ・ 旅行中の一食が帰国後の“日常消費”につながる可能性。

4ー② ASEAN地域からの訪日外国人の増加

東南アジアからの訪日外国人数の傾向



4ー③ GCC諸国からの訪日外国人数の増加



国内の受入体制は、点から面へと広がり

➤ 多様な分野での取組

- ・ 飲食、宿泊：
ハラール認証、ハラール対応メニューの広がり。
- ・ インフラ：
空港、商業施設、観光拠点への礼拝室の整備。
- ・ 地域連携：
自治体主導のハラールマップ、地域一帯の取組。

4-⑤ ムスリム対応の取組事例

先進的事例

ムスリム対応事例紹介

2. ムスリム対応について
(2) 対応事例集

飲食・その他礼拝等の領域において、**飲食・宿泊・観光等の事業者が、可能な範囲でムスリム対応を進めています**

事業者別ムスリム対応事例紹介

※東京、岐阜（高山・下呂）、大阪、広島の4地域で実施した実証の成果を提示

#	施設種類	名称	所在地	取組概要
1	飲食施設	東京麺珍亭本舗	東京都	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示、ハラール対応メニュー提供
2		お食事処 萩屋ケイちゃん	岐阜県	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示
3		居酒屋一雙	大阪府	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示
4		牡蠣と肉と酒 MURO	広島県	ムスリム向けピクトグラム表示
5	宿泊施設	澤の屋	東京都	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示、ムスリム対応朝食の提供
6		hotel around TAKAYAMA	岐阜県	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示、礼拝スペース提供、ムスリム対応朝食の提供
7		Justsleep 大阪心斎橋	大阪府	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示
8		ホテルグランヴィア広島	広島県	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示
9	観光施設	原宿ツーリストインフォメーションセンター	東京都	礼拝スペース・専用お土産コーナー設置、ムスリム向けピクトグラム表示、SNSによるムスリム集客
10		飛騨物産館	岐阜県	ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示
11		亀屋茂廣	大阪府	ムスリム向けポリシー掲示・キブラ表示
12		にしき堂 宮島店	広島県	商品のハラール認証取得、ムスリム向けポリシー掲示・ピクトグラム表示

※ 上記対応内容については、各店舗の状況に応じて各事業者で可能な範囲でご対応ください。
全面的に対応することがどの店舗に対しても望ましいということではありません。

71

4-⑤ ムスリム対応の取組事例（続き）

先進的事例

ムスリム対応事例紹介

2. ムスリム対応について
(2) 対応事例集

「東京麺珍亭本舗 鶴巻町本店」ではムスリム対応状況をポリシーとして券売機の上に掲示するとともに、ムスリムの方でも安心して食べることができるハラール対応の油そばを専用の食器で対応しています

東京都の飲食事業者の対応事例

施設概要		
基本情報	事業者種別	・ 飲食施設
	施設名	・ 東京麺珍亭本舗（鶴巻町本店）
	オープン年	・ 1997年
	展開地域、店舗数	・ 東京、群馬、愛知に7店舗展開
	ジャンル	・ ラーメン・油そば
	外国人来店状況	・ 1割程度のお客様が外国人であり、内訳として中国・韓国系の方が多い
ムスリム対応を開始した背景		・ ムスリム対応を行っている他のラーメン屋に行ったことで興味を持った ・ ムスリム旅行者取り込みによる売上向上とムスリム雇用促進による人材不足解消を狙いとして取り組みを開始

取組内容

- ・ ムスリム対応状況をポリシーとして明示
 - － 店に入ってすぐに目に入る券売機の上にポリシーを掲示
- ・ ハラール対応の食事を提供
 - － ハラール対応の肉・調味料を使用した油そばを、専用の食器で提供



ハラール対応の「ハラールチキン油そば」



券売機の上にポリシーを掲示

4ー⑤ ムスリム対応の取組事例（続き）

先進的事例

ムスリム対応事例紹介

2. ムスリム対応について
(2) 対応事例集

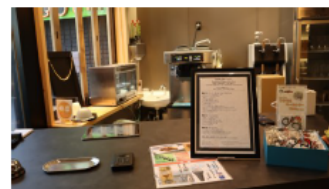
「お食事処 萩屋ケイちゃん」では、開店を機にムスリム対応に取り組み、ムスリム対応状況をポリシーとして掲示するとともに、**ピクトグラム**を活用して来店者にわかりやすく表示しています

岐阜県の飲食事業者の対応事例

施設概要	
基本情報	事業者種別
	施設名
	オープン年
	展開地域、店舗数
	ジャンル
	外国人来店状況
ムスリム対応を開始した背景	

取組内容

- ムスリム対応状況をポリシーとして掲示
 - 主軸メニューである「萩屋ケイちゃん定食」の原材料を確認し、含有物/非含有物を明示
- 看板でのピクトグラムの表示
 - 店頭の看板に「No Pork No Lard」のピクトグラムを表示



入口カウンターにポリシーを掲示



「萩屋ケイちゃん定食」の
主菜である「鶏（けい）ちゃん」



店頭の看板にはピクトグラムを表示

4-⑤ ムスリム対応の取組事例（続き）

先進的事例

ムスリム対応事例紹介

2. ムスリム対応について
(2) 対応事例集

「原宿ツーリストインフォメーションセンター」では、SNS活用によるムスリム旅行者の集客をしつつ、礼拝スペースやお土産コーナーを、ピクトグラムも活用しながら提供しています

東京都の観光事業者の対応事例

施設概要		
基本情報	事業者種別	・ 観光施設
	施設名	・ 原宿ツーリストインフォメーションセンター
	オープン年	・ 2015年
	展開地域、店舗数	・ 東京都に2店舗、京都に1店舗展開
	ジャンル	・ 案内所
	外国人来店状況	・ 当該施設は平日においては8割の訪問者が外国人旅行者（土日は日本人6-7割）
ムスリム対応を開始した背景		・ 外国人旅行者の中にムスリムのお客様も多く、都内に礼拝室が少ないという話を聞き、礼拝室設置から対応を開始 ・ さらに売上の向上も目指すためにお土産のムスリム対応を開始

取組内容

- ・ ムスリム向けの対応設備の設置
 - － 店内の一角で礼拝スペースを提供
 - － ムスリム対応のお土産コーナーの設置
- ・ ムスリム向けの情報発信
 - － Instagramによるムスリム集客を狙った投稿



屋外に表示されたピクトグラム



施設内の礼拝スペース



ムスリム対応お土産の表示



ムスリム向けのSNS投稿

4-⑤ ムスリム対応の取組事例（続き）

先進的事例

ムスリム対応事例紹介

2. ムスリム対応について
(2) 対応事例集

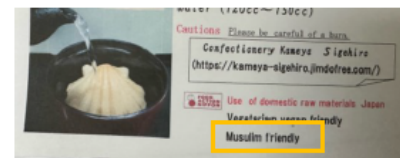
「亀屋茂廣」では、ポリシーでの対応状況の明示や、商品のMuslim Friendly表示により、購入可否の判断がつくようにする他、キブラ表示も行い、当事者の訪問を促進しています

大阪府の観光事業者の対応事例

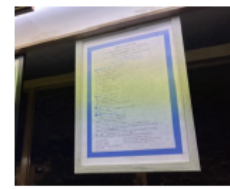
施設概要		
基本情報	事業者種別	・ 観光施設
	施設名	・ 亀屋茂廣
	オープン年	・ 1936年
	展開地域、店舗数	・ 大阪府に1店舗
	ジャンル	・ 和菓子店
	外国人来店状況	・ コロナ前は中国・韓国を中心としてインバウンド客が一定数いたが、現在は日本人がメインの客層
ムスリム対応を開始した背景		・ 元々越境ECを行っており日本人客以外への売上向上は常に意識 ・ 和菓子の原料を確認したところ、ムスリム対応が元々できており、手間・コストをかけずにやれるということで取組を開始

取組内容

- ・ ムスリム対応状況をポリシーとして掲示
 - － 対応内容等を店舗の分かりやすい場所に掲示
- ・ 礼拝をしたい方向けの表示
 - － 玄関にキブラ表示をし、ムスリムの方の訪問を促進
- ・ 商品への表示
 - － ムスリムの方でもわかるように英語表記
 - － 商品添付の紙に「Muslim Friendly」と記載



Muslim Friendlyが記載された案内紙



店内に掲示されたポリシー



玄関のキブラ表示

第5章

食品産業の海外展開から更なる輸出拡大へ

(持続的な輸出構造へ)

5ー① インバウンドから食品産業の海外展開へ

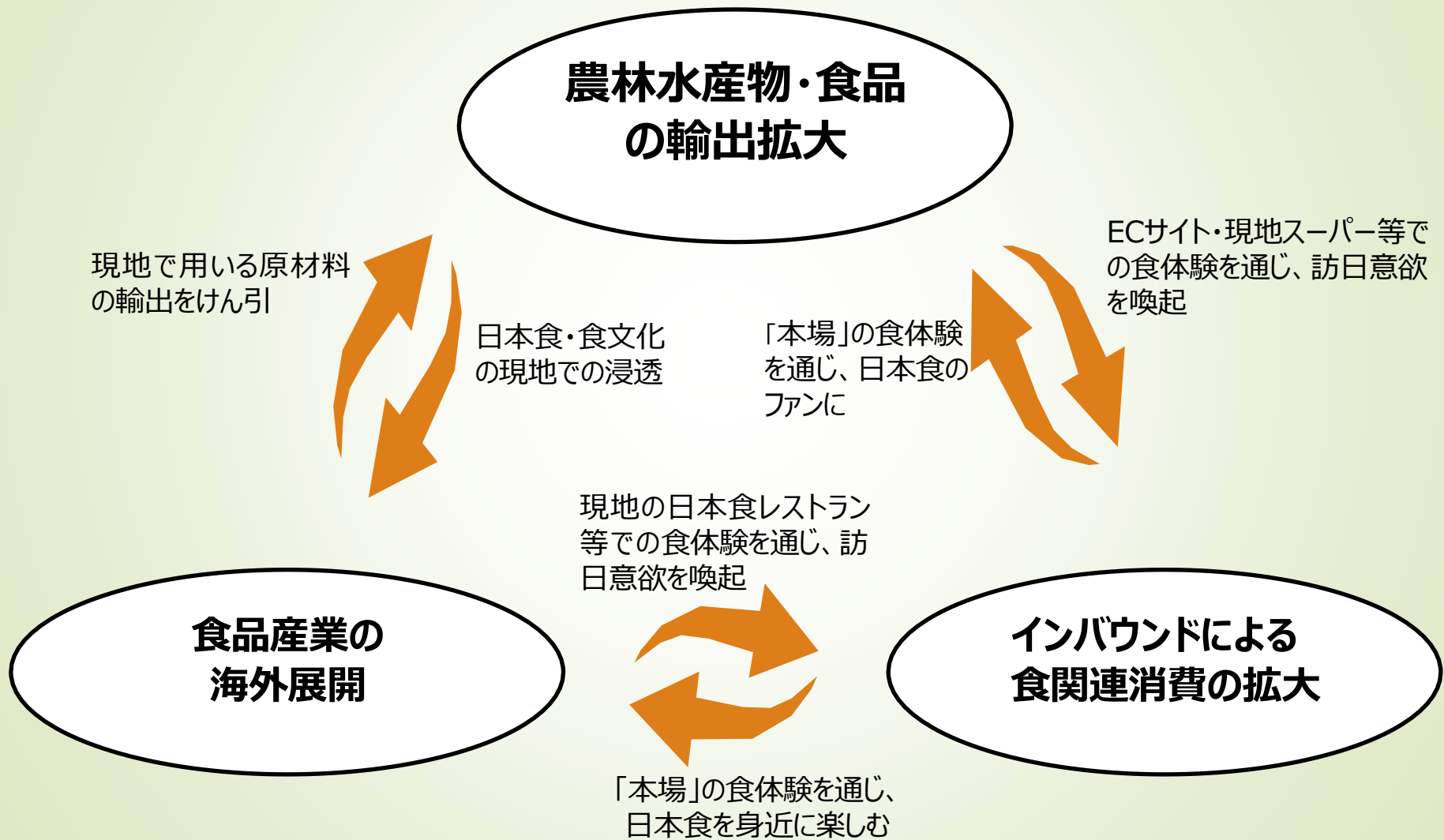
1. インバウンドから次のステップへ ～ 「待ちの姿勢」から「攻めの姿勢」へ ～

- インバウンドの試食会（待ちの姿勢）：
訪日ムスリムへ「安全・安心なハラール食、ハラール対応食」を提供し、日本食ファンを醸成。
- 次のフェーズ（攻めの姿勢）：
帰国後の需要を逃さず、現地での「日常的な消費」へ。

2. 需要を逃さないための「販売拠点」の確保

- 訪日外国人の日本食への熱い思いが冷めないうちに、以下のようなチャネルを活用・構築
 - ① 越境EC：直接、現地の消費者に届ける。
 - ② 海外展開：レストラン、小売店などの店舗を現地に展開。
 - ③ 生産・営業拠点：食品加工メーカーの現地拠点の設置。

5-② 輸出拡大に向けたサイクル



第6章

ハラル市場進出に向けた政府の取組み

(官民で取り組むハラル市場進出)

6ー① ハラル市場進出にも利用可能な農林水産省事業

1. 輸出先国規制対応支援事業（国際的に通用する認証等の新規取得支援）

（1）事業内容：

輸出先国の政府等が求める認証（ハラル、コーシャ、ISO22000、FSSC22000等）の新規取得に係る取組を行うために必要な経費を支援。

（2）補助対象者：認証を新規に取得して輸出拡大したい事業者等

（3）補助率：2分の1以内（上限あり）

2. 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業

（1）事業内容：

HACCPハード事業は、食品製造事業者等の皆さまが行う輸出先国等の規制・条件（食品衛生、ハラル・コーシャ等）に対応するために必要となる施設の新設及び改修、機器の導入・更新に係る経費を支援

（2）補助対象者：食品製造事業者、食品流通事業者、中間加工事業者等

（3）補助率：2分の1以内（上限あり）

3. 重要市場の商流維持・拡大対策事業

（1）事業内容：

重要市場（輸出拡大実行戦略で品目別輸出額目標を定める国・地域）における輸出商流の維持・拡大に向けて、事業者が日本製品の競争力強化を図るために行う取組（プロモーション、商談会、商品の高付加価値化、コスト削減等）を支援。

（2）補助対象者：輸出に取り組む事業者

（3）補助率：2分の1（上限あり）

6-① ハラル市場進出にも利用可能な農林水産省事業（続き）

4. 食品関連事業者の海外展開に向けた投資可能性調査支援事業

（1）事業内容：

農林水産物・食品の輸出にも資する海外現地での物流・商流等の拠点づくり等の食品関連事業者の海外でのビジネス基盤の整備に向けて、民間事業者が行う投資案件形成のための投資可能性調査に必要な経費を支援。

（2）補助対象者：一定の要件を満たす企業、団体、事業化共同体（コンソーシアム）

（3）補助率：2分の1以内

5. GFVC（グローバル・フード・バリュー・チェーン）セミナー

ハラル対応と連携した海外展開の事例（令和7年度第2回GFVCセミナーより）

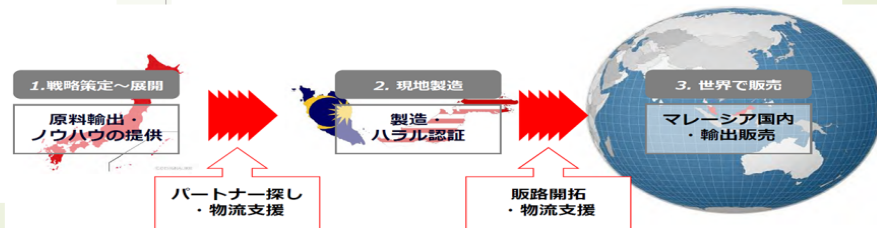
- ふあん・じゃぱん株式会社は、特にマレーシアを戦略拠点とし、現地製造やハラル認証取得を活用した商品展開、マレーシア国内では2500店舗以上への卸販売ハラルスイーツ工場の運営等、現地市場に根ざした多様な販路開拓を実現。その他マレーシアから中東諸国など4か国に輸出を行っている。
- 「Made in Japan」商品の輸出だけでなく、「Made by Japan」として現地生産・現地運営を重視し、商品開発から販路開拓までバリューチェーン全体を支援する体制を構築している。

【事業内容】

- ・ アジアを中心に2万点以上の日本商品を現地ニーズに合わせて展開しており、コンサルティング、商社機能、アウトソーシング（OEM製造、物流、店舗運営等）をワンストップで提供。
- ・ ハラルスイーツ事業においては、ハラル認証を取得している自社スイーツ工場を運営し、日本ブランドや現地小売店向け、海外向けのOEM生産および販売を実施。

【マーケティングの特徴】

- ・ 高所得者には日本向け製品、価格帯によっては日本産原料を使用した現地加工品など、海外市場でシェアを獲得するためのマーケティング戦略が必要との考え。



6－② 農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム事業

未開拓商流の新規開拓（ハラール市場の開拓）

【活動例 1】 マレーシアにおけるハラールの認知度向上に係る取組

- 2025年9月、[マレーシア輸出支援プラットフォーム](#)では、**世界最大規模のハラール見本市であるMIHASに出展**し、ハラール市場への進出を目指す日本食品取扱企業4社が共同出展者としてジャパンパビリオンに個別ブースを構え、商談を実施。
- パビリオン内で日本のハラール製品の認知度を探るため**ハラールに関する認知度アンケートを実施**。アンケートの結果、回答者の96.7%が定期的にハラール認証商品を購入しており、そのうち日本のハラール製品を購入したことがあるとの回答割合は半数以上にのぼった。



出展ブースの様子

【活動例 2】 シンガポールにおける日本産ハラール食品のワークショップ・商談会

- 2025年11月、[シンガポール輸出支援プラットフォーム](#)では、①レストラン、ホテル等の実需者、②インフルエンサー等消費者に向け、**日本産ハラール対応食品のワークショップと商談会を開催**。
- 商談会で13社約20商品をバイヤーに紹介するとともに、現地シェフとこれら商品を使ったメニューの試食・食材解説を行うワークショップを実施。**日本産品への理解の促進とニーズ創出に繋げた**。
- **ハラール対応日本産食品が集まる珍しい機会はバイヤー・消費者に歓迎され**、バイヤー全員が、「購入または詳細が知りたい商品があった」と回答（平均3.2商品）するとともに、参加者の約8割が日本産食品への理解が深まったと回答。



ワークショップの様子



商談会の様子

6－③ 農林水産省による講演

2025年 1月：日本茶業中央会（オンライン）

2025年 9月：マレーシア国際ハラールショーケース（クアラルンプール）

2025年11月：化粧品原料協会（大手町KDDIホール）

2026年 2月：シーフードショー大阪（アジア太平洋トレードセンター）

マレーシア国際ハラールショーケース（MIHAS）2025 （2025年9月17日～20日）



6ー④ 農林水産省による外交・ネットワークの構築

1. 関係各国との意見交換

- インドネシア
BPJPH（ハラール製品保証実施庁）
在京インドネシア大使館、投資下流化省東京事務所
- マレーシア
JAKIM（マレーシ・アイスラム開発庁）
在京マレーシア大使館、MATRADE（マレーシア貿易開発公社）
- その他
ブルネイやUAE等の在京大使館

2. 国内団体との意見交換

- ハラール関係団体（認証団体、コンサル、等）
- 輸出事業者、検査機関、等

3. 多国間フレームワーク

- WTO（世界貿易機関）での意見交換

第7章

インドネシア・ハラール認証義務化

(Attention : 2026年10月から)

7 インドネシア・ハラール認証の義務化

1. ハラール製品保証法（2014年法律第33号）

- （1）2019年10月17日施行
- （2）ハラール製品保証実施庁（BPJPH）が管理・運用

2. 目的

製品が豚肉やアルコール等を含まないことを保証（ハラール認証義務化）
※ ハラール認証義務化：原則、ハラール・ノンハラール表示をする必要

3. 実施日

飲食料品は、2026年10月18日から義務化

4. 主な対応

- （1）ハラール製品の輸出
 - ① ハラール認証の取得
 - ② SIHALALシステムによる認証登録
 - ③ 製品に指定ロゴを表示
- （2）ノンハラール製品の輸出
 - 豚やアルコール成分を含む場合、ノンハラールである旨を言葉やピクトグラム等で表示

第8章

主な国内ハラル関係団体の相互承認状況

(ハラル対応を支える国内の選択肢)

8 日本の主なハラール関係団体の相互承認状況

(2026年7月27日時点)

団体名	略称	マレーシア (JAKIM)	インドネシア (BPJPH)	シンガポール (MUIS)	タイ (CICOT)	GCC (GAC、 EIAC)	サウジ アラビア (SFDA)	UAE (MOIAT)	カタール (Ministry of Public Health)	トルコ (HAK)
宗教法人 日本ムスリム協会	JMA	●	●	●	●					
NPO法人 日本ハラール協会	JHA	●	●	●	●	● (GAC)		●		●
一般社団法人 ムスリムプロフェッショナルジャパン	MPJA	●	●	●	●					
宗教法人 日本イスラーム文化センター	JIT	●	●	●	●	● (EIAC)	●	●	●	
NPO法人 日本アジアハラール協会	NAHA	●	●		●	● (GAC)				
一般社団法人 ジャパン・ハラール・ファンデーション	JHF	●		●	●					

【備考】

- 各団体への確認等に基づき作成。
- GCC（GAC）：バーレーン、オマーン及びクウェートについて、認証団体はGAC認証のみ必要。
サウジアラビア、UAE及びカタールについて、認証団体はGAC認証の他、各国法令による別途の手続きが必要。
- 相互承認の範囲（カテゴリー）や記載以外の国における相互承認の取得状況など詳細については、各団体にお問い合わせください。

農林水産物・食品の輸出に関するお問い合わせ先

農林水産物・食品の輸出促進対策



輸出・国際局
HP



輸出関連予算



各種証明書・
施設認定



放射性物質に
係る規制・対応



農林水産物・
食品輸出本部

あなたを、
生産者の
日本代表にしたい。



1億人ではなく、
100億人を元気づけた
農林水産業へ。

四季の豊かなこの国で、だれかを喜ばせたい一心で取り組む生産者のみなさんへ。
海外各国からのニーズが大きくなっている今、みなさんと輸出の成功事例をつくっていききたい。
このコミュニティにぜひ参加して第一歩を踏み出しませんか。農林水産省が全力でサポートします。

こんな方にGFPは最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じて成約事例も続々と出ています！

登録
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>

問い合わせ先：GFP事務局 Mail : gfp@maff.go.jp



一元的な相談窓口の連絡先

農林水産省 輸出・国際局
輸出支援課(輸出相談窓口)

☎03-6744-7185

平日10時～12時、13時～17時 祝祭日、年末年始を除く

メールからのお問い合わせは、右のQRコードから入って、お問い合わせください。



地方農政局

北海道農政局(生産経営産業部 事業支援課)	☎011-330-8810
東北農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎022-263-7071
関東農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎048-740-0387
北陸農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎076-232-4233
東海農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎052-223-4619
近畿農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎075-414-9101
中国四国農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎086-230-4258
九州農政局(経営・事業支援部 輸出促進課)	☎096-300-6381
沖縄総合事務局(農林水産部 食料産業課)	☎098-866-1673

こちらもお役立てください！

農林水産物・食品の
輸出に関するポータルサイト
<https://www.maff.go.jp/shokusan/export/>



輸出証明書の申請手続き、輸出先の
規制情報など、農林水産物・食品の
輸出に関する情報を掲載しています。

更に詳細な情報や、証明書の申請が必要となる等、二次対応が必要な場合には
最適な相談先や証明書の申請先等を紹介いたします。

ご清聴ありがとうございました

MAFF