

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	コメ・パックご飯・ 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、いちご、 かんしょ・かんしょ加工品・その 他の野菜	令和4年 12月5日	13

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、日本チューインガム協会、日本チョコレート・ココア協会、全国ビスケット協会 他 **全44会員**

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を検討、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 (米国サンフランシスコ) に出展した時の様子



TACOM英文HP

一般社団法人 全日本菓子輸出促進協議会 (TACOM)

(ALL JAPAN TRADE ASSOCIATION OF CONFECTIONERY MANUFACTURES)

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）
現地菓子店での消費者調査（右）

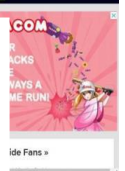
アンテナショップなどでの消費者調査

現地アンテナショップの設置や現地菓子店でのアンケートなどにより、商品の味やパッケージ等への反応や嗜好を調査するとともに、日本の菓子をPR



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、大リーグやプロアイスホッケー会場などでのPRを実施



大リーグHP上の広告（右上）
球場イベント（左下）

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協議会。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 輸出に関する国内外の関連情報の収集及び調査研究
- ③ 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

全国森林組合連合会、（一社）全国木材組合連合会、日本合板工業組合連合会、池見林産工業（株）、協和木材（株）、越井木材工業（株）、ナイス（株）、阪和興業（株）、ポラテック（株）、JKホールディングス（株）、都道府県 他 **全165会員**

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、中国、台湾、韓国、ベトナム等の展示会等に出展
- ・ 海外において日本木材の利用を促進するため、現地関係者向けのセミナーを開催



国際緑色建材博覧会（中国上海）
に出展した時の様子（令和3年7月）



KYUNGHYANG HOUSING FAIR（韓国ソウル）
に出展した時の様子（令和3年11月）



■ 主な取組（続き）

海外におけるジャパンブランドの確立に向けた取組

- ・ ベトナム、台湾に日本産木材製品を展示する「ジャパンウッドステーション」を設置し、日本産木材製品と技術についてPR
- ・ ジャパンブランドとしての製品輸出表示指針やロゴマークの検討
- ・ 製品と技術を一体としたブランドイメージ向上のための現地見学会の開催 等



ジャパンウッドステーション（台湾）
（平成29年12月設置）



現地見学会の開催
（令和2年12月）

業界共通の課題解決に向けた取組

- ・ 輸出先国の市場ニーズや規格規制情報の提供を行うため、国内でセミナーを開催
- ・ 輸出用ラッピングシートの開発・普及



国内セミナーの開催（北海道）
（令和4年9月）



輸出ロット製品ラッピング課題検討会
（令和4年9月）

業界統一規格の策定・普及

- ・ 中国向け製材輸出標準や米国市場向け高付加価値フェンス材輸出標準の策定

輸出ターゲット国の市場・規制調査

- ・ 中国、韓国、台湾、米国における木材需給や日本産木材の利用実態・ポテンシャル、住宅用構造材に求められる品質基準等を調査



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（39社） **全43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

主な取組

海外における販路開拓活動

- ・ 香港の国際展示会に出展する輸出事業者の支援
- ・ 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



Hong Kong International
Diamond, Gem & Pearl Show
(令和元年9月)



ジャパンパールフェア
(令和4年10月)



主な取組（続き）

業界共通の課題解決に向けた取組

- オンライン商談の際、真珠の品質を忠実に伝えることができるように、神戸、伊勢、東京において標準光源を備えた撮影拠点を整備



商品撮影システム



商品撮影システムを使って
撮影した商談用の写真

- 真珠の加工技術において他国に負けな
いよう、真珠加工における重要な加工過
程である穴あけ加工の精度の向上に向
け、両軸穴あけ機を試作
- 輸出拡大に向け、品質の良い真珠の安
定供給を図るため、大量斃死を招かない
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ブランドの確立に向けた取組

- 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）を紹介するリーフレットや動画(日本語、
英語、中国語)を作成



サステナブルな取組を紹介するパンフレット

輸出ターゲット国の市場・規制調査

- 中国及びアメリカにおいて、消費者に対し、宝飾品における真珠の位置、所有
状況、アコヤ真珠に対する購入意向等を調査

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。

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、フランスやドイツなどの酒類専門展示会に出展。
※ 直近では、新型コロナウイルス感染症の影響のため、オンライン商談会に切り替えるなどの対応を実施。



Vinexpo (フランス・ポルドー)



ProWein (ドイツ・デュッセルドルフ)



■ 主な取組（続き）

海外におけるジャパブランドの確立に向けた取組

- ・ 国際ソムリエ協会等とパートナーシップ協定を締結。世界のワイン市場関係者に対し日本酒の魅力を発信。
- ・ 日本酒、本格焼酎・泡盛の認知度向上と正しい知識の普及を図るため、世界各国においてセミナーや試飲会等のイベントを実施。



国際ソムリエ協会とのパートナーシップに基づくソムリエ教育プログラムでのPR（マレーシア・クアラルンプール）



本格焼酎・泡盛セミナー（米国・ニューヨーク）

業界共通の課題解決に向けた取組

- ・ 日本国内の国際拠点空港の免税エリア内にブースを設置し、訪日外国人旅行者を対象として日本酒、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。
※ 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
- ・ 米国ニューヨーク州、カリフォルニア州の料飲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。



羽田空港におけるPR

（参考）日本酒、本格焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組

○ 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4年3月 「伝統的酒造り」についてユネスコ事務局に提案書を提出

（今後のスケジュール）令和6年11月頃：審議（見込み）





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68会員**

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**
日本産品であることの識別を容易にし、その品質等を海外の消費者にアピールするための資材作成
- **輸出拡大重点国・地域の市場・規制調査**
消費者のニーズ把握、流通課題の抽出のための市場調査、輸出をする上での課題となる規制調査の実施



ベトナムでの商談会（令和4年度）



日本産米ブランドブック

海外における販路開拓活動例

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。
- コロナ禍においてオンライン商談会が増加。そのような中、ライブコマースの開催や商談会前の試食サンプル送付など、成約率を高める取組を実施。



商談会/カナダ (令和4年度)



試食レシピ/シンガポール
(令和4年度)



試食レシピ/フランス
(令和4年度)

展示会への出展

- 令和4年度からは、商談会にはない、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を再開。
- 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。



Specialty & Fine Food Fair 2022/英国 (令和4年度)

PRのための資材作成例

- 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。



輸出拡大重点国・地域の市場・規制調査例

- 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 穴倉 孝行

会員

(株)大田花き、(株)豊明花き、(株)なにわ花市場、(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74会員**

主な取組

海外における展示や商談会等の販路開拓活動

- 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。



アルメーレ国際園芸博覧会での展示
(令和4年5月)



欧州最大の切り花展示会
IFTF (International
Horticultural Trade Fair)
での展示 (令和3年11月)



北京国際園芸博覧会での
デモンストレーション
(令和元年11月)



■ 主な取組（続き）

- 展示等のPRと併せ、各国のバイヤー等との商談会を実施するとともに、アンケート調査等により取扱希望の高い品目の把握等を行い、輸出拡大に繋げている。



海外渡航が困難な令和2年度は
オンラインで商談会などを実施
(令和2年11月 中国)

International Plants Expoで
展示や商談会の様子
(令和元年11月 UAE)

IFTFでの商談の様子
(令和元年11月オランダ)

国内産地等への海外バイヤーの招聘活動

- 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、国内産地等への招聘を実施。



欧州のバイヤーの国内産地や等への招聘（令和元年）

ベトナム、中国のバイヤーの国内産地招聘（平成30年）

業界共通の課題解決に向けた取組

- 輸出における日持ち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、セミナー等を実施し、品質向上を図っている。



オランダ・フローラホールランド社品質管理室における日本産切り花の日持ち調査（平成29年）
品目毎に輸出先での日持ち性を検証

【 燻蒸花材の輸出後の経過 -Ⅲ- 】 グロリオサ

3/8 (燻蒸4日後)	3/10~12 (燻蒸6~8日後)	3/14 (燻蒸10日後)

豪州向け輸出で求められる臭化メチル燻蒸への切り花
品目毎の適応性を検証（平成29年）



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69会員

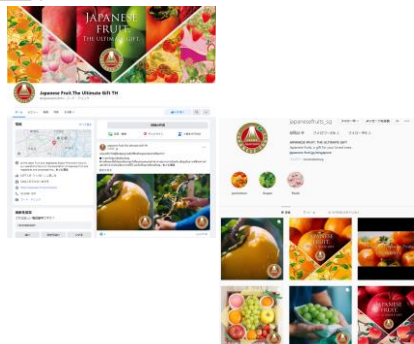
主な取組

海外における国産青果物のPR

- 海外における日本青果物の展示や試食会、SNS等を活用した日本産青果物のPR、日本産果実マークを使用した偽装防止対策やプロモーションの実施により、日本産青果物のブランドを確立。



海外(ドバイ)における
日本産果物の展示



SNSを活用した日本産青果物PR



日本産果実マークによるPR



主な取組（続き）

輸出ターゲット国のマーケット調査

- 海外の小売店舗で、日本産と競合他国産について、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、国内で産地と輸出事業者、海外で輸出事業者と現地バイヤーをマッチングするための商談会を実施



令和4年は国内7か所、
海外（6か国）で商談会を開催

メディアなどによる販売促進活動

- メディアやKOLを活用したプロモーション、海外の小売店舗による販売促進活動により、日本産青果物の新規販路開拓を実施



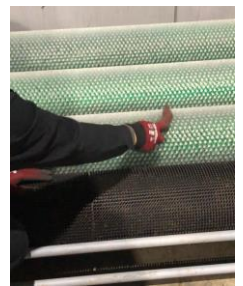
シンガポール、タイ、マレーシアで
旬の日本産果物をメディア向けに紹介

輸出に関する課題解決に向けた実証

- かんしょ輸出の大きな問題である輸送時の腐敗低減に向け、洗浄機械の開発や温湿度管理手法の実証



かんしょの洗浄機械
洗浄ブラシの素材の違いで、
かんしょの傷のつき具合を検証



洗浄ブラシ
上：ナイロン、下：ゴム

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
- 栽培流通マニュアルの作成や事業成果等に関する青果物部会等の開催による協議会関係者間の情報・意見交換の場を設定
- 輸出産地リスト事業者の日本産青果物の商談用サイトの設置
- 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