

加工食品クラスターによる輸出拡大に向けた取組について



加工食品クラスターとは、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が連携して輸出拡大に取り組む体制を言います。

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・商流構築

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
- 支援機関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>



3-1. グローバル产地生産流通基盤強化緊急対策のうち 加工食品クラスター輸出緊急対策事業

【令和6年度補正予算額 401百万円】

＜対策のポイント＞

加工食品は、農林水産物・食品の輸出額の約4割を占め、輸出の伸びが期待できる分野である一方、食品製造業においては、中小・零細事業者が大半を占めており、輸出人材の確保や販路開拓等単独での輸出の取組を行うことが困難です。このため、多様な商品について地域の食品製造事業者等が連携して海外市場を開拓する取組や、現地ニーズに対応した取組等を支援します。

＜事業目標＞

農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円〔2025年まで〕、5兆円〔2030年まで〕）

＜事業の内容＞

1. 加工食品のPR等需要拡大、テストマーケティング、輸出人材の育成等

加工食品の輸出拡大に向けて、複数の食品製造事業者等が連携して販路開拓を行い、輸出の商流を構築するためのプロモーションやテストマーケティング、輸出人材の育成等を支援します。

2. 輸出先国の現地ニーズに対応するため必要な機械の導入等

輸出先国・地域のバイヤー等が求める条件等、現地のニーズに対応した商品の開発・製造のために必要な機械導入等に係る費用を支援します。

3. 加工食品クラスター組成・育成・輸出事業計画の策定支援等

1、2による取り組みの管理や遂行のサポート、輸出事業計画の策定支援等を行います。

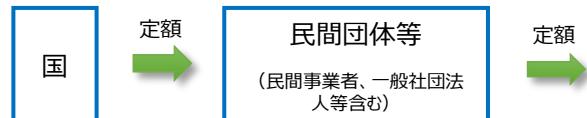
＜事業イメージ＞



2. 現地ニーズに対応するための機械の導入等



＜事業の流れ＞



[お問い合わせ先] 大臣官房新事業・食品産業部食品製造課 (03-6744-2068)

加工食品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



40社

東海農政局

愛知県

ジェトロ名古屋

金融機関ほか

- ・輸出支援策の紹介
- ・各種規制等の情報提供

- ・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

加工食品クラスターの取組事例②



木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム

【单一品目、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。



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

播州乾麺輸出拡大協議会

【单一品目、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。



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