



# オールジャパン分野・テーマ別青果物部会 輸出戦略

1	りんご部会	P2-4
2	ぶどう部会	P5-7
3	もも部会	P8-10
4	かんきつ部会	P11-13
5	いちご部会	P14-16
6	かんしょ等部会	P17-19
7	なし・かき等部会	P20-21

日本青果物輸出促進協議会

2021年1月18日



## 1 いんご部会

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主産地：青森、長野、岩手、山形、福島県等</li> <li>・輸出は、青森県が大半。</li> <li>・植物検疫の規制：台湾等向けのりんごについては園地及び集出荷施設登録、モモシンクイガ混入時に輸入停止、ベトナム向けりんごについては園地検査及び無袋果の低温処理</li> <li>・食品衛生上の規制：タイ向けのりんごに係る選果、梱包施設の適合証明書</li> <li>・中国向けりんごの事実上の輸入停止</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出向け生産余力の確保・拡大</li> <li>・輸出先国・地域ごとに園地や施設の登録が必要</li> <li>・輸出先国・地域における植物検疫条件や輸入規制への対応</li> <li>・輸出先国・地域の残留農薬基準値への対応</li> <li>・適合証明書等発行機関が混在</li> <li>・輸出へ取り組む産地の発掘が必要</li> <li>・輸出事業優位性と意欲向上対策が必要</li> <li>・規格・等級の整理</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①輸出先国・地域のニーズに対応できる高品質・安定生産の推進</li> <li>②新しい化栽培技術・高密植栽培等の導入による労働生産性の向上</li> <li>③水田の活用による生産力の増強 平坦で作業性の良い水田の活用</li> <li>④防除暦の活用による適正な病害虫防除の実施</li> <li>⑤インポートトレランスの設定</li> <li>⑥輸出向けの規格・等級の見直し</li> <li>⑦生産量が増加しても輸出に回らない。収益性を重視した戦略作り。</li> <li>⑧短期で輸出拡大するのであれば、大胆な生産指導とオール J A P A N の戦略構築と推進を県単位での協調が必要</li> </ol>
流通(保管、輸送)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海上貨物が主流。</li> <li>・集出荷施設で冷蔵保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海上コンテナ輸送は、低コスト・大量輸送が特徴でありその活用により輸出拡大に繋がる。</li> <li>・長期輸送となるため、鮮度保持資材や鮮度保持機器の活用が課題</li> <li>・輸送形態が大きな課題。</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②CA 貯蔵及び CA コンテナで輸送</li> <li>③他品目の果実輸出に取り組む産地との連携により国産果実の通年輸出</li> <li>④現地市場価格や小売価格、販売流通の動向等の定期的な情報提供</li> </ol>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>・東南アジアにおけるコールドチェーンの整備が課題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑤運輸事業者等と連携したコールドチェーンの整備</li> </ul>
<p>消費(輸出先国等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾、香港及び東南アジア地域が多い。</li> <li>・中秋節、春節の富裕層向け贈答需要が主流で生鮮主体</li> <li>・ベトナム等植物検疫の解禁</li> <li>・インドネシア向けのりんごの生産国認定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本産としてのブランディングが各産地による販路開拓のため不十分</li> <li>・富裕層向けの高級路線に特化しているため、中間層向けの需要拡大</li> <li>・中国、韓国等との競合</li> <li>・輸出時期のピークと贈答需要が主体</li> <li>・加工品(ジュース等)との組み合わせで周年供給</li> <li>・解禁に伴う輸出の定着</li> <li>・鮮度保持対策 1-MPC 処理効果の生かせる輸出先国での売場環境の整備。</li> <li>・販売店ではパッケージ品形態(3個PKや化粧箱)での仕入れを切望している。他国との差別化が必要</li> <li>・輸出拡大に向け数量重視で等階級を下げると他国との差別化弱体、価格競争に巻き込まれる。</li> <li>・輸出先国ごとの有効なプロモーション手法(媒体・時期等)の把握</li> <li>・新型コロナウイルス感染症拡大に伴う購買行動の変化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</li> <li>①<b>輸出先国が求めるスペックの安定供給に向けた産地連携体制の構築、統一マークの活用等によるジャパンブランドの形成・定着</b></li> <li>②輸出先国の輸入業者を巻き込んだマーケティング、プロモーション活動</li> <li>③台湾・香港など富裕層に浸透している市場では、マーケット調査等により中小玉果のパッケージの工夫等による廉価品の中間層向け販促。</li> <li>④タイ・ベトナムなどの新興国では現地の日系デパート、スーパーの商流を開拓し富裕層の取り込み。</li> <li>⑤<b>日本産リンゴと競合関係にあるアメリカ、NZ、中国産の品質や流通事情、クラフトりんごの輸出状況等を調査し、販売戦略に活用。</b></li> <li>⑥輸出国にて J A P A N ブランドは高いが、北米では韓国の総合プロモーションに比較され日本ブランド力が弱い。<b>日本国内産地間協調によりプロモーション強化が必須。</b></li> <li>⑦多様な品種の組み合わせで差別化</li> <li>⑧生鮮と加工の同時販促による PR</li> <li>⑨海外の料理教室等での料理と SNS 広報宣伝の活用及びその機能を活用したマーケット調査</li> </ul>

## 1-1 りんご部会

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略(上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがある。)



国・地域名	課題・方策
台湾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・春節の贈答用需要の高い大玉かつ赤色の高価格帯商品を維持、増加する一方、贈答用以外の需要への対応として、値頃感のある中小玉果の生産・供給体制を強化。</li> <li>・りんご輸出で成熟市場であり、数量増加の戦略は必要であるが、品種数を増やして単価向上と平行して進めるべき。</li> </ul>
香港	<ul style="list-style-type: none"> <li>・香港で好まれる甘い黄色系品種の安定供給、値頃感のある中小玉果の生産・供給体制を強化</li> <li>・香港から北米等へ転送輸出がされており、新規輸出国へ取組の足かせとなっている。</li> <li>・新たな輸出適合品種の発掘及び育成を促進</li> </ul>
タイ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富裕層向けを基本としつつ、現地の消費者が買い求めやすい価格帯の中小玉果の生産・供給体制を強化</li> <li>・台湾に続く成熟市場であるが、多品目とのセット販売で輸出拡大。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・贈答用としての日本産りんごの定着と求めやすい価格帯の販売を通じた中間層の取り込み拡大</li> <li>・カナダ等のりんご生産国と東南アジア諸国とは感度が異なる。マーケットとして新規国の確保、プライスリーダー地位確立が重要となる。</li> <li>・競争相手は国内産地では無く、韓国、中国である事を意識した宣伝戦略、パッケージ戦略が重要。</li> </ul>

## 1-2 りんご部会

ジェトロ、JFOODOに期待する具体的活動

ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供
<p>JFOODO：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等）協議会の会員による販促の実施計画があるもの</p> <p>フィリピン（りんご、なし）</p> <p>ベトナム（りんご）</p> <p>インドネシア（りんご、もも、ぶどう、なし）</p> <p>タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ）</p> <p>マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）</p>



## 2 ぶどう部会

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主産地：山梨、長野、山形、岡山県等</li> <li>・輸出は岡山、長野、山梨県等</li> <li>・植物検疫の規制：タイ向けぶどうについては園地及び集出荷施設登録</li> <li>・食品衛生上の規制：タイ向けのぶどうに係る選果、梱包施設の食品衛生上の第三者認証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出向け生産余力の確保・拡大</li> <li>・他国の競合品の台頭</li> <li>・登録が必要で限定</li> <li>・輸出先の規制への対応</li> <li>・第三者認証に経費が掛かる。</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①根域制限栽培等の省力樹形の導入により労働生産性の高い園地の育成・早期成園化。</li> <li>②平坦で作業性の良い水田の活用</li> <li>③種なしで皮ごと食べられるシャインマスカットに続く新たな品種の導入・早期生産拡大。</li> <li>④他国産の追従を許さない高品質なシャインマスカット、巨峰、ピオーネの安定供給。</li> <li>⑤適正防除のための防除暦の活用</li> <li>⑥ 国内向けではなく、輸出を主体としたぶどうを生産するための樹園地の形成</li> </ol>
流通(保管、輸送)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空貨物と海上貨物</li> <li>・集出荷施設で冷蔵保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空便が主流で船便よりもコスト高</li> <li>・輸送時の振動による脱粒により商品価値の低下。</li> <li>・鮮度保持資材や鮮度保持機器の活用</li> <li>・輸出先での棚持ちを良くする</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②CA コンテナ、高電圧方式の鮮度保持コンテナ、MA 包装等の鮮度保持技術の導入、エチレン吸着資材等の活用。</li> <li>③共同輸送の促進等による出荷単位の大口化により、航空便から船便への転換による販売価格の低下。</li> <li>④ <b>長期鮮度保持機能を備えた貯蔵施設の整備。</b></li> <li>⑤ <b>収穫後直ちに冷蔵したブドウをその状態のまま輸出先まで輸送できるシステムの構築。</b></li> </ol>
消費(輸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾、香港がほとんど。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾・香港以外の東南アジア</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p>



<p>出先国等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中秋節の富裕層向け贈答需要が主流で生鮮主体</li> <li>・タイ等に輸入されるブドウの輸入時残留農薬検査</li> </ul>	<p>アの市場開拓。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年明け以降の販売が可能な長期保存技術の開発</li> <li>・日本産としてのブランディングが各産地による販路開拓のため不十分</li> <li>・富裕層向けの高級路線に特化しているため、中間層向けの需要拡大</li> <li>・中国、韓国等との競合</li> <li>・輸出時期のピークと贈答需要が主体で期間が限定</li> <li>・日本産を騙る商品の流通等に対応した海外における知的財産等の管理</li> </ul>	<p>①輸出先国が求めるスペックの安定供給に向けた産地連携体制の構築、統一マークの活用等によるジャパンブランドの形成・定着。</p> <p>②輸出先国の輸入業者を巻き込んだマーケティング、プロモーション活動。</p> <p>③台湾、香港など富裕層向けに中秋節等に贈答用に供給拡大。</p> <p>④タイ・ベトナムなどの新興国では富裕層にジャパンブランドの浸透。</p> <p>⑤台湾・香港以外のシンガポール、マレーシアでの販売促進活動実績を踏まえてその他の地域での新規市場開拓のためのマーケット調査等の実施</p> <p>⑥MA包装、CA貯蔵を活用した長期保存や他品目の青果物輸出に取り組む産地との連携により通年輸出時期の長期化。</p> <p>⑦シャインマスカットの他、黒系・赤系品種、種無及び皮ごと食べられる品種についてもニーズが高いため販売促進活動を強化。</p> <p>⑧海外の料理教室等での料理とSNS広報宣伝の活用及びその機能を活用したマーケット調査</p>
--------------	---	--	---

## 2-1 国・地域別(ぶどう部会)

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略（上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがあ。）

国・地域名	課題・方策
香港	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シャインマスカットに加え、中秋節の贈答用として定着している大粒で高糖度の巨峰、ピオーネ等の供給拡大。シャインマスカットに続く、新たな優良品種について、早期生産拡大及び認知度向上を促進</li> <li>・輸送中の鮮度を保持するための最適条件の体系化</li> </ul>
台湾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾の残留農薬基準に適合可能な産地・園地の拡大。インポートトレランス申請の加速化</li> </ul>



	・ 輸送中の鮮度を保持するための最適条件の体系化
タイ	・ 生産園地の登録等のタイの検疫条件に対応可能な産地の拡大 ・ 輸送中の鮮度を保持するための最適条件の体系化
シンガポール	・ 輸送中の鮮度を保持するための最適条件の体系化
その他	・ ジャパンブランドの認知度向上・定着 ・ 華僑向けの販売促進

## 2-2 ジェトロ、JFOODO に期待する具体的活動(ぶどう部会 )

ジェトロ、JFOODO に期待する具体的活動

ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供
JFOODO：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等） 協議会の会員による販促の実施計画があるもの インドネシア（りんご、もも、ぶどう、なし） タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ） マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）





### 3 もも部会

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主産地：山梨、福島、長野、山形、和歌山県等</li> <li>・輸出は山梨県、和歌山県、岡山県が多い。</li> <li>・植物検疫の規制：台湾及びタイ向けももについては園地及び集出荷施設登録</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出向け生産余力の確保・拡大</li> <li>・登録が必要で限定</li> <li>・輸出先の規制への対応</li> <li>・台湾向けにはモモシンクイガが植物検疫で見ると輸出停止</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①根域制限栽培等の省力樹形の導入による労働生産性の高い園地の育成・早期成園化。</li> <li>②平坦で作業性の良い水田の活用</li> <li>③適正防除のための防除暦の活用や防風ネットの整備等による高品質果実の安定生産</li> <li>④高性能選果施設の導入による輸出先が求める高品質な果実の省力出荷</li> </ul>
流通（保管、輸送）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・品質劣化が早い航空便輸送が主体</li> <li>・集出荷施設で冷蔵保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾向けの検疫条件を満たすため選果作業のコストダウン</li> <li>・デリケートなため温度管理や接触による損傷に注意が必要で、鮮度保持包装資材等を用いた輸送方法の確立。</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェットロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②CA コンテナ、高電圧方式の鮮度保持コンテナ、MA 包装等の鮮度保持技術の開発導入、エチレン吸着資材等の活用による鮮度保持輸送の体系化</li> <li>③共同輸送の促進等による出荷単位の大口化により、航空便から船便への転換による販売価格の低下。</li> <li>④<b>収穫後直ちに冷蔵したももをその状態のまま輸出先まで輸送できるシステムの構築。</b></li> </ul>
消費（輸出先国等）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾、香港及び東南アジア地域が多い。</li> <li>・中秋節の富裕層向け贈答需要が主流で生鮮主体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本産としてのブランディングが各産地による販路開拓のため不十分</li> <li>・長期保存が難しいため周年供給ができない。</li> <li>・富裕層向けの高級路線に特化して</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェットロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①<b>輸出先国が求めるスペックの安定供給に向けた産地連携体制の構築、統一マーケットの活用等によるジャパンプランドの形成・定着。</b></li> <li>②輸出先国の輸入業者を巻き込んだマーケティング、プロモーション活動。</li> <li>③台湾・香港など富裕層向けに中秋節等の贈答用に供給拡大。</li> <li>④タイ・ベトナムなどの新興国では富裕層にジャパンプランドの浸透。</li> </ul>





		<p>いるため、中間層向けの需要拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国、韓国等との競合</li> <li>・輸出時期のピークと贈答需要が主体で期間が限定</li> <li>・加工品との組み合わせで周年供給</li> <li>・日本産を騙る商品の流通等に対応した海外における知的財産等の管理</li> </ul>	<p>⑤コンポート、果実入りゼリーといった低加工度のもとと組み合わせる輸出時期拡大</p> <p>⑥生鮮と加工の同時販促等により中間層にも販売促進活動を強化</p> <p>⑦海外の料理教室等での料理と SNS 広報宣伝の活用及びその機能を活用したマーケット調査</p>
--	--	---	--

### 3-1 国・地域別(もも部会)

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略（上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがある。）

国・地域名	課題・方策
香港	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ももは非常にデリケートな果物であるため、ももの鮮度保持輸送のための最適条件の体系化が重要</li> </ul>
台湾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・モモシクイガの適切な防除等の輸出検疫条件に対応可能な産地の拡大</li> <li>・ももの鮮度保持輸送のための最適条件の体系化</li> </ul>
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ももの鮮度保持輸送のための最適条件の体系化</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパブランドの認知度向上・定着</li> <li>・ももの鮮度保持輸送のための最適条件の体系化</li> <li>・華僑向けの販売促進</li> </ul>



### 3-2 ジェトロ、JFOODOに期待する具体的活動(もも部会)

ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供

JFOODO：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等）

協議会の会員による販促の実施計画があるもの

インドネシア（りんご、もも、ぶどう、なし）

タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ）

マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）



## 4 かんきつ部会

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略 案
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主産地：愛媛、和歌山、熊本、静岡、佐賀県等</li> <li>・輸出は愛媛県、福岡県が多い。</li> <li>・高齢化や栽培農家の減少により作付面積が減少傾向にあるが、生産量が維持され安定的</li> <li>・植物検疫の規制：タイ等向けのかんきつについては登録地域での栽培及び梱包施設登録等</li> <li>・その他：台湾におけるインポートトレランスの未設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・複数産地のリレーによる輸出時期の長期化</li> <li>・タイ等輸出には園地及び選果施設等の登録や、指定薬剤での防除が必要で限定</li> <li>・登録が必要で限定</li> <li>・傾斜地で栽培が多い</li> <li>・輸出先の規制への対応</li> <li>・輸出事業優位性と意欲向上対策が必要</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①根域制限栽培、主幹形栽培等の省力樹形の導入による労働生産性の高い園地の育成・早期成園化。</li> <li>②既存園地の基盤整備による栽培条件の改善、平坦で作業性の良い水田の活用</li> <li>③<b>高品質の果実を安定的に生産できる灌漑方式の導入やみかん以外にも、皮が剥きやすく甘みの強い新品種(せとか、はるみ等)の開発導入を進めて輸出期間の長期化。</b></li> <li>④適正防除のための防除暦の活用</li> <li>⑤輸出優良事列表彰やG F Pの認定事業計画の公表内容をP R。</li> </ul>
流通(保管、輸送)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海上コンテナー貨物主流</li> <li>・集出荷施設で冷蔵保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選果作業の省力化、効率化</li> <li>・船便での鮮度保持輸送のための最適条件の体系化</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②高品質なかんきつの厳選出荷が可能な人工知能を搭載した高性能選果・貯蔵施設の導入</li> <li>③<b>船便による鮮度保持輸送のための最適条件の体系化を図る。</b></li> <li>④<b>かんきつ(特に温州みかん)の鮮度保持技術・資材の開発等</b></li> </ul>
消費(輸出先国等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カナダ向けの柑橘が主体で香港、台湾等が多い。</li> <li>・カナダ向けのうんしゅうはクリスマス時期が多く、その他の地域</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本産としてのブランディングが各産地による販路開拓のため不十分</li> <li>・カナダ以外の台湾、香</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①<b>輸出先国が求めるスペックの安定供給に向けた産地連携体制の構築、統一マークの活用等によるジャパンブランドの形成・定着。</b></li> <li>②輸出先国の輸入業者を巻き込んだマーケティング、プロモーション活動。</li> </ul>



<p>では中秋節、春節の富裕層向け贈答需要が主流</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ等に輸入されるみかんの輸入時残留農薬検査</li> <li>・EUを中心に香酸柑橘の需要が増加</li> </ul>	<p>港、シンガポール等の富裕層向けの潜在需要の掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出時期のピークと贈答需要が主体</li> </ul>	<p><b>③うんしゅうと収穫時が異なる中晩柑類を組み合わせることで出荷時期の異なる産地の連携により輸出期間の長期化。</b></p> <p>④台湾、香港、シンガポール等の富裕層への販売を一層強化するためリレー出荷等で構築した関係者の連携体制でPR</p> <p>⑤タイ・ベトナムなどの新興国では富裕層にジャパンブランドの浸透。</p> <p>⑥EU向けの検疫条件に対応可能な産地の拡大</p> <p>⑦加工品（ジュース等）との組み合わせで周年供給</p> <p>⑧多様な品種の組み合わせで差別化</p> <p>⑨海外の料理教室等での料理とSNS 広報宣伝の活用及びその機能を活用したマーケット調査</p> <p>⑩インポートトレランスの早期かつ日本と同等レベルでの設定</p> <p>⑪温州みかんについては、安価な外国産（中国産）との差異をPR</p> <p><b>⑫中晩柑については、認知度向上を図るためのPR</b></p>
---	---	---

#### 4-1 国・地域別(かんきつ部会)

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略（上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがある。）

国・地域名	課題・方策
香港	<ul style="list-style-type: none"> <li>・うんしゅうみかんと中晩柑の組み合わせによる輸出期間の長期化</li> </ul>
台湾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾の残留農薬基準に適合可能な防除暦の作成による産地の拡大、インポートトレランス申請の加速化</li> <li>・うんしゅうみかんと中晩柑の組み合わせによる輸出期間の長期化</li> </ul>
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中晩柑の供給拡大による春節の需要期への対応強化</li> </ul>
マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパンブランドの定着、中晩柑の供給拡大による春節需要期への対応強化</li> </ul>
カナダ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本産果実としてうんしゅうみかんが定着していることから、船便による鮮度保持輸送のための最適条件の体系化により、輸出量を回復</li> </ul>



	・中晩柑の組み合わせによる輸出期間の長期化
フランス（EU）	・柚子等のかんきつの販路拡大 ・生産園地登録等のEU向けの検疫条件に対応可能な産地の拡大
その他	・ジャパンプランドの認知度向上・定着

#### 4-2 ジェトロ、JFOODOに期待する具体的活動(かんきつ部会)

ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供

JFOODO：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等）

協議会の会員による販促の実施計画があるもの

タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ）

マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）



## 5 いちご部会

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主産地：栃木、福岡、熊本、長崎、静岡県等</li> <li>・輸出産地：福岡県、熊本県が多い。</li> <li>・植物検疫の規制：タイ向けのいちごについては登録地域での栽培及び梱包施設登録等</li> <li>・食品衛生上の規制：タイ向けのいちごに係る選果、梱包施設の食品衛生上の第3者認証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出向け生産余力の確保・拡大</li> <li>・施設登録が必要で限定</li> <li>・輸出先の規制への対応</li> <li>・第3者認証に経費が掛かる。</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①スマート農業や高設ベンチ栽培による軽労化や水田転換圃場圃場等での高度な環境制御が可能な大規模施設での安定生産により生産拡大</li> <li>②果皮が固く輸送性の高い品種、甘みの強い新品種、夏場のいちごなど国内外の多様な需要に対応した品種の導入。</li> <li>③輸出先の規制に対応した適正防除のための防除暦の活用</li> <li>④輸出用施設等の拡大</li> <li>⑤適正防除のための防除暦の活用</li> <li>⑥インポートトレランスの早期設定</li> </ol>
流通（保管、輸送）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空貨物が主流</li> <li>・集出荷施設で冷蔵保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸送時の揺れによる傷果発生防止</li> <li>・航空運賃の高騰に伴い海上コンテナによる安定輸送。</li> <li>・鮮度保持資材や鮮度保持機器の活用</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェットロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②<b>クッション性のある新包装容器の導入や既存の容器に付加することで積み重ねができる等資材の導入により、輸送時の痛みの軽減</b></li> <li>③CA コンテナ、高電圧方式の鮮度保持コンテナ、MA 包装等の鮮度保持資材の活用。</li> <li>④ 産地での一時貯蔵によるロットの確保・安定出荷に向けた鮮度保持貯蔵施設、輸出用パッキング施設等の整備</li> <li>⑤<b>共同輸送の促進等による出荷単位の大口化や果皮が固く輸送性の高い品種の導入等により、航空便から船便への転換による販売価格の低下。</b></li> </ol>



消費(輸出先国等)	<ul style="list-style-type: none"><li>・香港が多い。</li><li>・春節等に富裕層向け贈答需要が主流で生鮮主体</li><li>・タイ等に輸入されるいちごの輸入時残留農薬検査</li><li>・台湾等で残留農薬違反</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・日本産としてのブランディングが各産地による販路開拓のため不十分</li><li>・香港以外の販路開拓。</li><li>・中国、韓国等との競合</li><li>・輸出時期のピークと贈答需要が主体</li></ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>①輸出先国が求めるスペックの安定供給に向けた産地連携体制の構築、統一マークの活用等によるジャパンブランドの形成・定着。</li><li>②複数の産地リレーによる販売期間の長期化、他の品目の青果物産地との連携による通年出荷</li><li>③輸出先国の輸入業者を巻き込んだマーケティング、プロモーション活動。</li><li>④香港以外の国の富裕層向けに春節等に贈答用に供給拡大。</li><li>⑤タイ・ベトナムなどの新興国では富裕層にジャパンブランドの浸透。</li><li>⑥輸送課題を解決し、地元バイヤーや消費者への販売促進活動強化(対象国の増加)</li><li>⑦海外の料理教室等での料理と SNS 広報宣伝の活用及びその機能を活用したマーケット調査</li><li>⑧インポートトレランスの設定</li></ul>
-----------	--	--	---





### 5-1 国・地域等(いちご部会)

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略（上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがある。）

国・地域名	課題・方策
香港	・産地と直結した輸送体制の構築、いちごの鮮度保持輸送のための最適条件の体系化
シンガポール	・産地と直結した輸送体制の構築、いちごの鮮度保持輸送のための最適条件の体系化
タイ	・生産園地の登録等のタイの検疫条件に対応可能な産地の拡大 ・輸送体制の構築、鮮度保持輸送のための最適条件の体系化
台湾	・台湾の残留農薬基準に適合可能な産地の拡大。インポートトレランス申請の加速化、鮮度保持輸送のための最適条件の体系化
米国	・産地と直結した輸送体制の構築、鮮度保持輸送のための最適条件の体系化、ジャパンプランドの認知度向上・定着
その他	・産地と直結した輸送体制の構築、鮮度保持輸送のための最適条件の体系化、ジャパンプランドの認知度向上・定着

### 5-2 ジェトロ、JFOODO に期待する具体的活動(いちご部会)

<p>ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供</p>
<p>JFOODO：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等）協議会の会員による販促の実施計画があるもの</p> <p>タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ）</p> <p>マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）</p>



## 6 かんしょ等部会

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主産地：鹿児島県、茨城県、千葉県、宮崎県等</li> <li>・輸出産地：鹿児島県、宮崎県、熊本県、千葉県、茨城県、徳島県、大分県等。</li> <li>・生産量は生産者の高齢化に伴う作付面積の減少等により減少傾向</li> <li>・植物検疫の規制：</li> <li>・食品衛生上の規制：</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・堅調な国内需要への対応と輸出向け生産余力</li> <li>・海外で好まれる規格外小サイズの商品化</li> <li>・台湾向けの残留農薬違反</li> <li>・さつまいも基腐病の蔓延</li> <li>・ロス率を下げられる品質の芋作り</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①耕作放棄地の活用等による作付面積の拡大</li> <li>②海外で好まれる小ぶりのものの生産。</li> <li>③台湾で日本よりも低い残留基準が設定されている農薬のインポートトレランスの設定。</li> <li>④代替農薬の効果検証と防除体系を確立し防除暦への反映。</li> <li>⑤<b>サツマイモ基腐病など病害虫防除対策</b></li> <li>⑥産地ごとの平均的な品質の向上と統一</li> </ol>
流通（保管、輸送）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海上貨物が主流</li> <li>・集出荷施設でキュアリング後に保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・低温コンテナでの小口混載による品質劣化</li> <li>・結露防止のための鮮度保持フィルムや鮮度保持コンテナ（設定温度13－15度）の活用</li> <li>・厳冬期のロス率の低減</li> <li>・物流費の低減</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②<b>高品質かんしょの生産に向けたウイルスフリー苗の増殖施設、キュアリング装置を備えた集出荷貯蔵施設の整備。</b></li> <li>③加工品の輸出拡大に向けた HACCP 等の国際規格を満たす加工施設の新設等</li> <li>④海外で好まれる小ぶりのものは、洗浄・選別に通常のサイズよりも時間と手間を要するため、洗浄・選別作業を共同集出荷施設で集中実施できる体制を整備。</li> <li>⑤<b>近隣産地でグルーブ化してロットを確保して鮮度保持コンテナで適温輸送。</b></li> <li>⑥<b>低温コンテナの混載の場合に、発泡スチロール等の活用等により品質維持。</b></li> <li>⑦<b>海上輸送に適合した強度を有する出荷容器の検討。</b></li> </ol>
消費（輸）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・規格外の小サイズが調理し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「焼き芋」など日本産の</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p>



<p>出先国等)</p>	<p>やすいとして好まれ、香港・タイを中心に輸出額は増加傾向。 ・タイに輸入されるかんしょの検査キットによる残留農薬検査</p>	<p>特徴である甘さを活かした食べ方の訴求。 ・焼き芋等の加工品による需要喚起 ・中国、韓国、ベトナム等の外国産との競合</p>	<p>①焼き芋機の導入・活用等により焼き芋等の甘みや食感の特徴を引き出す食べ方を産地・商社が連系してPRし、新たな需要の創出。 ②容器包装の工夫による視認性の向上による販売促進 ③生鮮と加工の同時販促によるPR ④海外の料理教室等での料理とSNS 広報宣伝の活用及びその機能を活用したマーケット調査 ⑤現在、海外で好まれる小ぶりのもの以外のサイズ(M以上)の需要創出 ⑥現地系小売店(日系小売店以外)への市場開拓</p>
--------------	--	--	--

### 6-1 国・地域別(かんしょ等部会)

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略(上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがある。)

国・地域名	課題・方策
香港	<p>・産地による炊飯器調理できる小さなサイズの輸出や、日系小売店における焼き芋販売により市場を開拓。今後、更に安定的な生産・供給に向けた体制を拡大。</p>
シンガポール	<p>・日系小売店における焼き芋販売や、産地による消費者ニーズに合わせた品種・サイズの輸出により市場を開拓。今後、更に焼き芋需要等を捉えた安定的な生産・供給に向けた体制を拡大。</p>
タイ	<p>・日系小売店における焼き芋販売や、産地による消費者ニーズに合わせた品種・サイズの輸出により市場を開拓。残留農薬基準が強化されたことから、産地において当該基準を満たす生産方法を推進し、安定的な供給体制を構築。 ・着荷ロス率の低減</p>
台湾	<p>・残留基準がない農薬はインポートトレランスの設定を図るとともに、産地において当該基準を満たす生産方法を推進し、安定的な供給体制を構築。 ・品種の多角化(基本的に高系14号ニーズが強い)</p>
マレーシア	<p>・今後の日系小売店の出店により販売機会の増加が見込まれることから、焼き芋等に適した品種・サイズを安定的に生産・供給する体制を拡大。</p>



	・着荷ロス率の低減
カナダ	・焼き芋機の活用等による販売促進により、日本産かんしょの認知度を高めて市場開拓を図る。 ・着荷ロス率の低減
その他	植物検疫措置により青果用かんしょを輸出できない米国等に向けては、冷凍焼き芋等の加工品販売を強化。

## 6-2 ジェトロ、JFOODOに期待する具体的活動(かんしょ等部会)

ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供

JFOODO：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等）

協議会の会員による販促の実施計画があるもの

タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ）

マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）



## 7 なし、かき等部会

近年、解禁や規制緩和が行われたものや新たに販路開拓したため輸出金額が現状では少ないが、今後の輸出金額増加が期待できるもの。

	現状	輸出増加のための課題	輸出戦略
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・植物検疫解禁実施 ベトナム（りんご、なし） 米国（かき） 豪州（かき） など</li> <li>・植物検疫条件緩和実施 米国（なし） など</li> <li>・販路開拓から間がないもの インドネシア（ぶどう） UAE等（メロン）など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出条件への適合（選果 こん包施設登録等）</li> <li>・輸出先の規制への対応が できる適正防除</li> <li>・鮮度・品質保持</li> <li>・新規商流の開拓と新たな 青果物解禁等のニーズの 掘り起こし。</li> </ul>	<p>農林水産省との連携により情報提供等を行い次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①ジョイント仕立て等による生産力強化</li> <li>②適正防除のための防除暦の活用</li> <li>③品質劣化が発生した場合の原因究明と対策。</li> </ol>
流通（保管、輸送）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空貨物と海上貨物</li> <li>・集出荷施設で冷蔵保管</li> <li>・産地及び市場経由で輸出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空貨物の高コストと海上 コンテナの長期輸送</li> <li>・鮮度保持資材や鮮度保持 機器の活用</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①生産地情報や輸出者情報を集約できる卸売市場の機能を活用する。</li> <li>②少量多品目の混載による海上コンテナ輸送</li> <li>③品質劣化が発生した場合の原因究明と対策。</li> </ol>
消費（輸出先国等）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東南アジア地域及び米国、 カナダ、豪州。</li> <li>・中秋節、春節の富裕層 向け贈答需要が主流で生 鮮主体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本産ブランドの定着</li> <li>・当初は富裕層向けの高級 路線に特化しているため、 その後は中間層向けの需 要拡大</li> <li>・輸出時期のピークと贈答</li> </ul>	<p>農林水産省又はジェトロとの連携により次の輸出戦略に取り組む。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①<b>輸出先国が求めるスペックの安定供給に向けた産地連携体制の構築、統一マークの活用等によるジャパンプランドの形成・定着。</b></li> <li>②輸出先国の輸入業者を巻き込んだマーケティング、プロモーション活動。</li> <li>③<b>フィリピン、ベトナム、インド等についてマーケットリサーチ等により現地のニーズを把握し、規制緩和(解禁)の対象青果物をリスト化</b></li> </ol>



		<p>需要が主体 ・中国、韓国、米国等の外国産との競合</p>	<p>④台湾・香港など富裕層に浸透している市場では、マーケット調査等により廉価品の中間層向け販促。 ⑤新たに解禁が行われた地域では現地の日系デパート、スーパーの商流を開拓し富裕層の取り込み。 ⑥主要青果物との組み合わせによるリレー出荷等による輸出時期の平準化 ⑦海外の料理教室等での料理と SNS 広報宣伝の活用</p>
--	--	-------------------------------------	--

### 7-1 国・地域別(なし・かき等部会)

国別のニーズ等への対応課題を踏まえた輸出戦略（上記の輸出戦略を国別に再掲しているものがある。）

国・地域等	対応課題と輸出戦略
香港	<なし>中秋節の需要に向けた定供給体制。競合する他国産との差別化。
台湾	<なし>中秋節の需要に向けた定供給体制。競合する他国産との差別化。
タイ	<かき>富裕層を基本としつつ、現地の消費者が買い求めやすい価格帯の生産・供給体制を強化
その他	贈答用としての定着と求めやすい価格帯の販売を通じた中間層の取り組み

### 7-2 ジェトロ、JFOOD0 に期待する具体的活動(なし・かき等部会)

<p>ジェトロ：今後の経済発展にともない輸出増が可能と思われる、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア等の他国産青果物の販売状況（品質、価格、時期等）に関する情報提供</p>
<p>JFOOD0：日本産青果物の特徴である高品質を生かしたブランド化の推進（多様性（種類、サイズ、糖度、機能性成分）と均一性（外見、成分等） 協議会の会員による販促の実施計画があるもの フィリピン（りんご、なし） インドネシア（りんご、もも、ぶどう、なし） タイ（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、かんしょ） マレーシア（りんご、かんきつ、いちご、もも、ぶどう、なし、かき、ながいも、かんしょ）</p>



オールジャパン分野・テーマ別青果物部会 輸出戦略 2021年1月18日