

## 青果物輸出産地セミナー東北 (10/31)

# 東北からの青果物輸出 拡大のポイント

1億人ではなく  
100億人を見据えた  
農林水産・食品産業へ

アクセンチュア株式会社  
ビジネスコンサルティング本部

多田 裕貴

# 開催概要

セミナーにて東北からの青果物輸出の先進事例・今後の可能性を紹介した上で、  
商社/バイヤーとの商談・他事業者とのネットワーキングを推進。

← 10/31(月) 1日完結 →

セミナー(現地開催)  
※後日アーカイブ配信

個別商談会 (現地orオンライン)

事業者間交流会 (現地開催)



- 輸出産地等から、多くの産地が手本としやすい産地づくりの取組・ポイントについて紹介
- 産地支援に関わる商社・コンサル中心に、支援事例・産地形成のポイントを紹介

- 国産青果を積極的に取扱う商社・バイヤーとの商談を実施
  - 会場にバイヤー毎のブースを作り現地で商談
  - コロナの状況等で会場に来れない場合はオンライン商談
- 交流会は、商社・コンサルを囲む形で商談会待ち時間に実施

東北の青果物輸出拡大に向けて  
商談・ネットワーキング促進まで伴走

# 参加バイヤー

事業者名	主な輸出先国	事業者概要
<b>アライドコーポレーション</b> (輸出商社)	タイ・シンガポール・香港を 中心に米国等7カ国	タイに現地法人を有し、現地ニーズの把握から物流、販促を川下に持ち、独自の仕入れと最先端の鮮度保持を有した輸送方法で積極的に輸出拡大を行う。
<b>九州農水産物直販</b> (輸出商社)	香港・シンガポール・台湾・ 中国等	産地より直接仕入れ、Dairy Farm社(香港)へ直接送ることでマージンを極力控えた独自の販路を有する。アジア諸国10か国以上に輸出。
<b>シティ・スーパー</b> (小売チェーン)	香港・台湾・中国(上海)	香港・台湾・上海で高級スーパーを展開。日本産品の定番から珍しい品まで、シティ・スーパーだけが取り扱う商品が多数存在。
<b>マキシム・グループ</b> (外食チェーン)	香港・中国	中華・西洋料理を中心に香港・中国で外食事業を展開。「東海道arome」等のフランチャイズでは日本産青果物を積極的に取扱う。
<b>日本農業</b> (輸出商社)	タイ、香港、台湾、マレー シア、フィリピン、シンガポ ール、インドネシア等	自社ではリンゴを栽培し、農家への生産指導も行っている商社。東南アジアを中心にリンゴなどの果物を輸出、販売している。
<b>仙台水産</b> (輸出商社)	ベトナム、タイ、香港、マ レーシア等	東北産品の輸出を進めており、青果物はいちごを中心に取り扱いを拡大中。海外バイヤーを招聘した商談会・展示会の運営等も実施。

## 青果物輸出拡大に向けたポイント ~サマリ

- 東北地方で生産が盛んな果物(桃、メロン、柿など)は海外で需要が高い品目であり、かつ日本国内の他産地と出荷時期をずらして販売することが出来る
- ジェイエイトんどう輸出促進協議会に参画するアライドコーポレーション様始め、本日お越しの有力バイヤーの皆様と連携した上で、シンガポール・香港・タイ等の有望国向けの青果物輸出拡大を目指す
- 果物は足元では国内需要が堅調な品目(イチゴ等)も存在するが、長期的に拡大する海外市場を見据えた輸出販路を確立することで、国内需給に左右されない価格の安定化に貢献できる
- 大手小売チェーン (DonDonDonki・Dairy Farm等) において果物に加えて、日本産野菜の取扱いの拡大 (コロナ影響での“巣ごもり・自宅調理需要” )
- 現地料理/現地ニーズの高い日本食への日本産野菜のメニュー提案・産地ストーリーを含めた体験価値の重要性
- 野菜については品質を生かせる食べ方の提案・ECでの販売可能性・加工品(規格外品を活用)・冷凍野菜等の輸出可能性を合わせて検討することもポイント

# 東北からの主な輸出有望品目

桃



メロン



葡萄



柿



桃、メロン、柿、葡萄は海外で人気の品目  
東北産品は日本国内の他産地と出荷時期をずらして輸出可能

# 東北からの主な輸出有望品目

西洋梨



サツマイモ



小玉スイカ



西洋梨は山形県が生産量全国 1 位であり、国内では人気商品  
サツマイモ、小玉スイカも海外では好評

# 東北からの青果物輸出に向けた関係者の課題認識

輸出向け商品の不足が指摘されており、生産量拡大と商品の集約が重要となる。  
国内販売の優先度が高い点も課題。

## 課題概要

生産	生産量の低下	<ul style="list-style-type: none"><li>生産者の高齢化などによる農業従事者の減少</li><li>気候変動による減収</li></ul>
	商品量の確保が困難	<ul style="list-style-type: none"><li>規模の小さい農家は輸出向け商品量を確保することが困難</li><li>従来型の家族単位農家が多く、大規模な農業法人が少ない</li></ul>
販売	国内販売をコスト面で優先	<ul style="list-style-type: none"><li>都市部(仙台や東京等)の需要が多く、物流費や手間を考えると輸出の優先順位が低い</li></ul>
	輸出に関わる知識不足	<ul style="list-style-type: none"><li>JA主導で取引する生産者は輸出取引のイメージを持ち辛い</li><li>輸出先国ごとの規制・条件の理解が難しい</li></ul>
物流	東北直行便が少ない	<ul style="list-style-type: none"><li>殆どの国は他空港を経由するため、輸送時間とコストが掛かる</li></ul> <p>※元々アジア圏内(台湾、韓国、上海、大連)は仙台国際空港から輸出していたが、コロナの影響で出来なくなり、成田・関空経由から輸出する事例も有り</p>

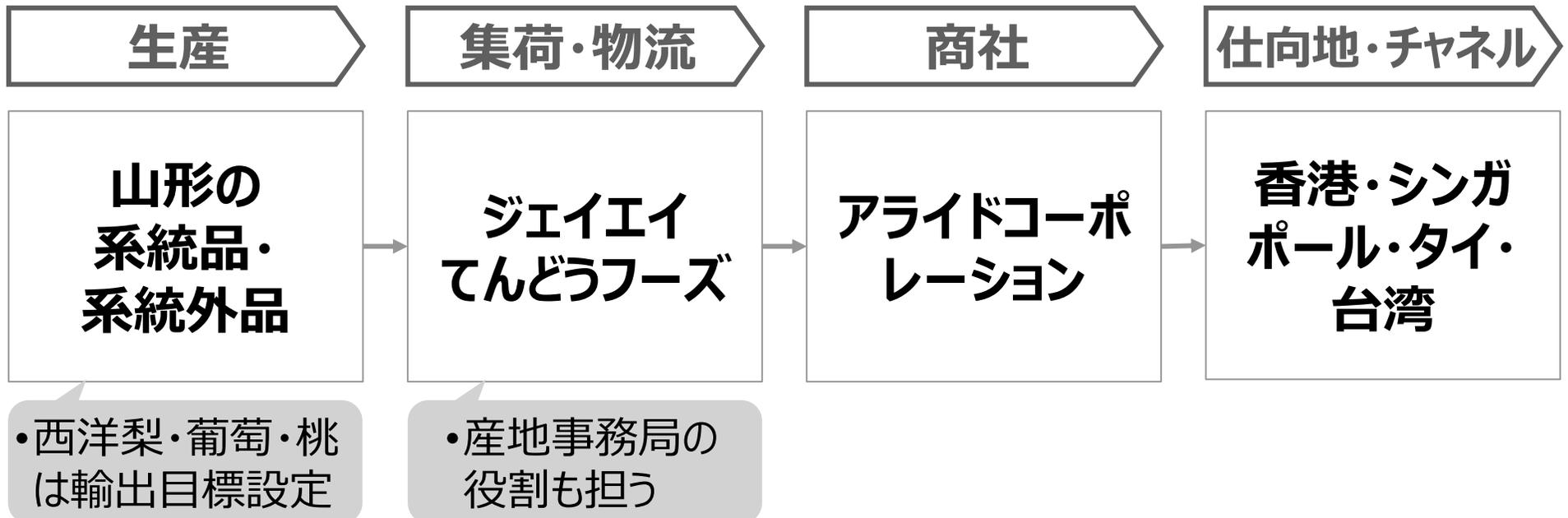
# 取組事例 ～ジェイエイトんどう輸出促進協議会

本年度よりジェイエイトんどう輸出促進協議会が設立した。

## ジェイエイトんどう輸出促進協議会

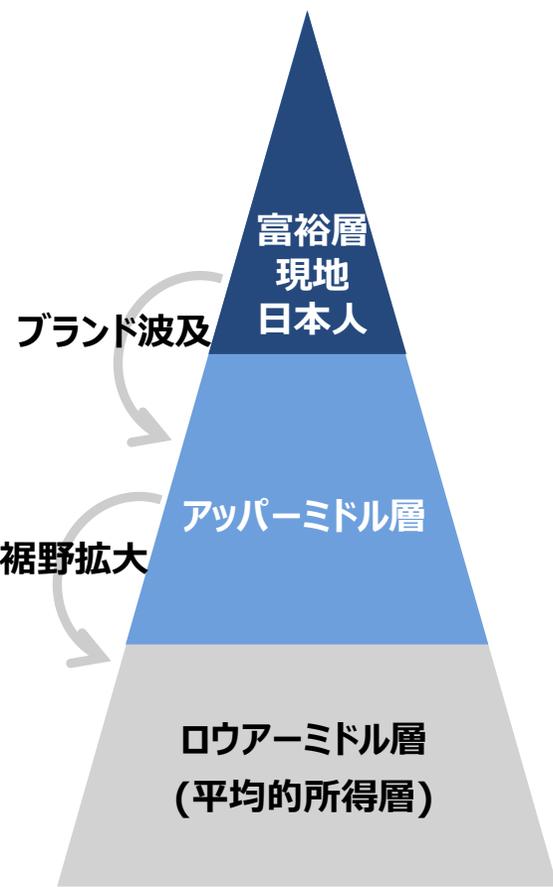
- 山形県産青果物の輸出推進を目的として、JAてんどう、JAてんどうフーズ、全農山形、アライドコーポレーション、アクセンチュア等が参画

### 輸出ルート



# 目指すべき日本産果物輸出の姿

ブランド波及を通じてアッパーミドル層への訴求を狙うべき。長期的には、大ロット輸出を実現し、日常消費を狙うことが重要。



	方向性	ターゲットチャネル	先進事例(香港)
<p><b>“日本産”ブランディング</b></p>	<p><b>“非日常体験”の創出</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>贈答用、パーティー用等、特別感の演出</li> <li>パッケージの工夫も必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系小売・百貨店</li> <li>現地系小売(高級)</li> <li>高級日本食店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あまおう (高価格帯いちご)</li> </ul> 
<p><b>小ロット多品目輸出</b></p>	<p><b>“ハレの日”需要の開拓</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自分へのご褒美・祝い事等での定期消費</li> <li>多様な日本品種の訴求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系大手小売チェーン</li> <li>現地系小売(アッパー)</li> <li>高級ホテル(ブッフェ等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>もも</li> <li>ぶどう</li> <li>いちご</li> <li>かんきつ</li> </ul> 
<p><b>大ロット輸出</b></p>	<p><b>日本産の“日常品化”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>朝食・間食・食後のデザートとしての家庭内消費</li> <li>輸出向け大規模生産・周年安定供給が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系大手小売チェーン</li> <li>現地系小売(一般)</li> <li>街市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>りんご</li> </ul> 

# 果物の販路拡大に向けたポイント

小売チャネル以外の販路拡大を進める必要があり、日本産果物を活用した“スイーツ”を軸に中食・外食での販路開拓を狙うべき。

## 具体的な使用シーン・ターゲット想定

“スイーツ”を起点にチャネルを多様化

小売

贈答用/“ハレの日”  
日本産フルーツ

- “ハレの日”での自分へのご褒美や、家族の記念日等での自宅消費
- 子供向けの食事や間食での消費
- 春節・中秋節での親戚・友人への贈答、ビジネス用ギフト

中食

自宅消費・贈答用  
テイクアウトスイーツ

- 社会人女性中心に、“自分へのご褒美”用スイーツ消費
- 若者向け中心に、“SNSウケ”狙いの購買
- 家族や友人等へのプレゼント用

外食

レストラン・カフェ等での  
デザートメニュー

- 流行に敏感な若い女性やカップル向けに、カフェやホテルのブッフェ等での注文(“美食家”のデザートタイムにも)
- スイーツと親和性の高いカフェ店や、和食ブームを牽引する寿司店等でのデザートメニューとしての注文

高価格帯商品となるため、まずはハイエンド店から販路開拓を狙うべき

# “巣ごもり需要”による野菜の輸出拡大 ~DonDonDonki

野菜はコロナ前から需要の高かったサツマイモに加えて、ミニトマト・キャベツ・大根・白菜等の需要が2倍以上に増加。

## 内食需要により、日本産野菜の売上が大幅増加

### 春：メーデー(5月)

- ・メロン：シンガポールで8倍
- ・ブロッコリー：香港で2倍
- ・豆苗：シンガポールで1.2倍

### 夏：サマーバケーション(7月)

- ・桃：香港で12倍以上
- ・レタス・きゅうり：香港で1.5～2倍

### 秋：中秋節(9月)

- ・梨：世界各国ともに 9月・10月と売上が伸びていき、12月まで売上が衰えることはない
- ・ぶどう：9月・10月の売上は通年売上の4割以上

### 冬：春節(2月)

- ・いちご：香港で117%
  - ・白菜：シンガポールで133%
- ※台湾においては、いちごや大根・白菜は 2～5倍

⇒ 店舗オープン直後は、すぐに食べられる果物の人気が高いが、オープンから日が経つごとに日本産果物のおいしさが浸透し、**野菜への興味・需要が高まったことが挙げられる**

⇒ コロナ禍による内食需要が喚起されたことから**野菜を調理する方が増えた**

# 日本産野菜を活用したメニュー提案

野菜の輸出拡大に向けては、「海外シェフと連携した現地料理への活用提案」と「日本食を土台にしたオススメ料理のローカライズ」の両輪が必要。

## 現地料理 × 日本産野菜



- フルーティな甘さを持つ黒にんにくを、パンに練り込む「黒にんにくチーズベーグル」等、台湾のインフルエンサーシェフと連携した、現地に向合うメニュー開発（JA十勝清水）
  - 黒にんにく × チーズベーグル
  - 黒にんにく × 海老のアヒージョ

## 日本食（ローカライズ） × 日本産野菜

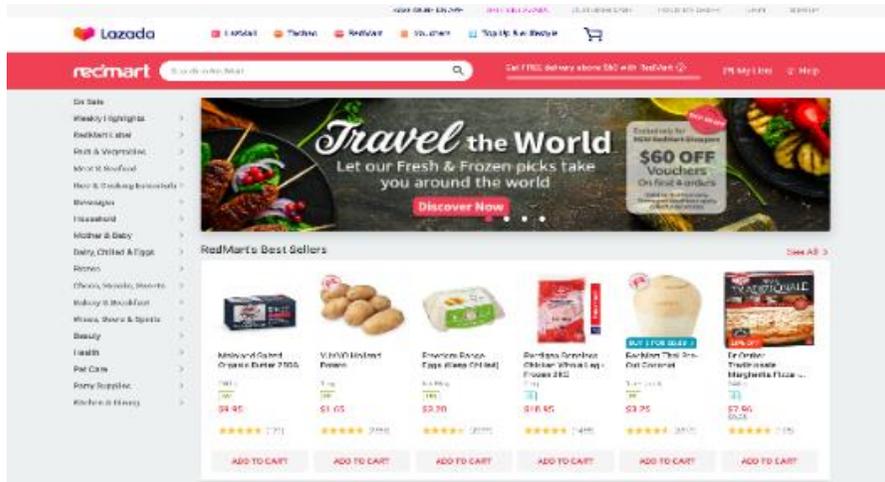


- 日本の食文化の土台を崩さずに、現地消費者に好んでもらえる味付けを意識した日本食メニューでの日本産野菜の活用
  - おでん × 大根等
  - 寿司 × 野菜
  - ラーメン × ネギ

# 海外ECにおける日本産青果物の取り扱い拡大

Redmart・HKTVMモール等の各国ECにおいて日本青果物の取り扱いが拡大している上、セカイマルシェのように日系事業者がEC展開を進める事例も蓄積。

## Redmart (シンガポール)



- シンガポールのシンガポール大手のネットスーパー国民の70%以上が利用する
- 萌すが輸出している生鮮野菜の売上も通常時に比べて約4倍まで増加

## セカイマルシェ



- 食材をワンストップで売買可能な産直プラットフォームを提供
- 冷蔵物流網が未発達な東南アジアでも、青果物含む生鮮食品のEC化を加速

## 包材規格統一の重要性 ～例：北海道からの玉ねぎ混載輸出

輸送作業時間の短縮・段ボールの効率的な積載を実現する上では、海外輸送を見据えた強度での包材規格の開発・統一が重要。



パレットから個別に手積み



赤・黄で箱サイズが違うため、扉が閉まらず手作業で調整

- 苫小牧港への帰航遅延の影響で、トレーラー到着が5時間遅延。手積みのため、積載に黄玉ねぎだけでも2時間超
- 赤・黄玉ねぎで箱サイズが異なり扉が閉まらず、再度調整を要した
- 赤玉ねぎの箱は、強度が不足しているようで、潰れが発生してしまった

# GAP・トレーサビリティによる生産過程の把握

海外にて食の安心安全が高まっており、GAPやTAPマーク(台湾)等の取得有無がバイヤー購入基準にもなっている。

## GAP取得の必要性



- 農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検、及び評価等に対する認証制度
- 国内大手小売においても、バイヤー購入基準になっているほか、輸出のみならず、国際的なオリンピックの食材でも認証が求められている

## 台湾トレーサビリティシステムの導入



- 台湾では「安心食品トレーサビリティ」のクラウドサービスとして、TAPマークを導入し、バーコードの読み取りにより、生産地、生産過程などの情報を確認可能
- 有機基準を満たし、有機認証機関による検査に合格した商品

# タイ向け青果物の農薬規制及び選別・梱包施設に係る規制

品目に応じて①農薬リスクに準じた分析、②食品衛生や植物検疫の対応、を求めており、合同輸出検査や園地、梱包施設等の登録が必要なケース多数。

## ① 輸入青果物に対する農薬規制(2020年8月～) 通関時に該当した場合、分析調査を実施

タイに輸入される生鮮野菜及び果物に対して、「輸入時にタイ政府が指定するサンプリング・農薬の分析を受諾」又は、「指定の農薬の分析結果証明書の提示」等が必要。タイ政府が健康分野の国家的目標を発表し、食品安全を掲げたことが背景にある

非常に高リスク	高リスク ※1	低リスク
リストの特定事業者の生鮮野菜及び果物(分析は輸入者負担)	タイ政府が指定した生鮮野菜及び果物(分析はタイ政府負担)	非常に高リスク・高リスクに分類されない品目(分析はタイ政府負担)

## ② 青果物の選別及び梱包施設に係る規制(2019年8月～) 事前準備・対応が必要

品目によっては、保健省告示第386号及び第420号に基づく、食品衛生での選別及び梱包施設の認定証明書の用意に加えて、植物検疫では合同輸出検査(タイ検査官・日本植物防疫所)を踏まえた選別・梱包施設の登録及び生産園地の登録が必要

輸出可能 ※2		輸出不可
<b>食品衛生のみ</b> (認定・証明書)	<ul style="list-style-type: none"><li>ニンニク、キャベツ、ネギ、キノコ類、ニンジン(第386号)</li><li>ながいも、さつまいも(第420号)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>西洋梨</li><li>ビワ</li></ul>
<b>食品衛生&amp;植物検疫</b> (認定・証明書、合同輸出検査による園地・梱包施設登録)	<ul style="list-style-type: none"><li>キュウリ、トマト、メロン、スイカ、日本梨、リンゴ、イチゴ、ブドウ、ミカン(第386号)</li><li>柿、ナス、キウイ、サクランボ、モモ(第420号)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>カボチャ</li><li>ピーマン</li><li>トウモロコシ 等</li></ul>

※1：高リスクの野菜・果物及びCOA(検査分析証明書)に表示すべき農薬物質リスト <https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/07/286bed5ebfc91960.html>

※2：タイ保健省告示の386号(2019年8月～)、420号(2021年10月～)に準ずる。商品に「選別梱包施設の名称」・「選別梱包施設の所在地」・「生産国」・「製品名」の記載必要(詳細) <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/attach/pdf/Tai-4.pdf>