

「青果物輸出産地セミナー & マッチング in 南九州」

鹿児島県の青果物を世界へ



ALLIED CORPORATION
株式会社 アライド コーポレーション

(株)アライドコーポレーション

海外事業部 今井 政樹

業界経験 26年目

1997年 (株)サンフレッシュ入社 (現サンフレッシュグループ)

1997年 入社 当時、高島屋 柏店・日本橋店の2店舗にて2年間果実部にて従事。

1999年 大宮高島屋出店と共に果実バイヤーとして従事。

その後、関東圏内高島屋店舗拡大に伴い、新宿、二子玉川、港南台、横浜店の店長兼果実バイヤーとして従事。

2005年 名古屋地区三越出店につき新店準備室室長及び名古屋栄店店長兼果実バイヤーとして従事。

2006年 大阪心斎橋店出店。関西圏4店舗 (心斎橋・京都・新長田・梅田) 統括バイヤーとして従事。

2009年 札幌大丸店売り上げ不振により札幌店店長兼果実バイヤーとして従事。

年間売り上げ12億達成、昨年対比200%達成。

2013年 横浜高島屋売り上げ不振につき横浜店店長兼果実バイヤーとして従事。

店舗リニューアルをし年間売り上げ15億達成。

2014年 全国40店舗に伴い本部設立により果実部本部バイヤーとして従事

2016年 退職

その後、

農業ベンチャー 3年 (株) ジャパンアグリゲート入社 (現WeAgri)

～小売りからの経験から「若い世代がフルーツを食べるために」をテーマに転職～

・Shodai bio nature 小代パティシエと産地フルーツを使った「フルーツ・フルーツ菓子・フレッシュジュース」の店舗「farmers' imprstion」をOPEN

・JR東日本との共同事業「ルミネ・アグリマルシェ」の立ち上げと運営事務局として携わる。

・香港・シンガポール向け輸出の国内仕入れを担当。

2018年11月から現職に至る



株式会社アライドコーポレーション

タイ食材を中心に扱う食品商社・メーカーです。タイ食材を輸入し日本の小売店等で販売する傍ら、バンコク支店を窓口としてタイ王国で日本食品を販売。また一昨年よりシンガポール、昨年より香港への輸出も開始。**トレーサビリティの透明化や品質管理のノウハウを構築し、日本と変わらぬ品質の商品を提供。**

社 名	株式会社 アライドコーポレーション
代 表 者	氏家 勇祐
所 在 地	神奈川県横浜市青葉区あざみ野 1-4-3 三橋ビル 5F
設 立	1976 年 11 月 12 日
資 本 金	1,000 万円
従業員数	36 名
売 上 高	23 億円 / 2019 年度
事業内容	● タイ食品を中心とした食品輸入・開発・販売（小売・飲食店・業務用商品の輸入販売、OEM 事業、通販事業、外食事業、メディアタイアップ等） ● CA コンテナを利用した日本産青果物の輸出版売 ● 日本産加工食品の輸出版売 ● ネット事業・メディア事業
取扱商品	タイ食品を中心としたアジア食品（調味料、スパイス、ココナッツ製品、各種インスタント食品、冷凍食品、他）、グルメ缶詰、日本産生鮮品・加工品

沿革

昭和51年 11月	大久保満雄を代表として会社設立
平成2年 12月	氏家勲代表取締役役に就任
平成5年 11月	本社を横浜市中区扇町に移転
平成16年 2月	バンコク支店・株式会社バンコクフードシステムを開設
平成16年 5月	氏家勇祐代表取締役役に就任

平成17年 3月	配送センターを海老名市上郷に移転
平成23年 8月	本社を横浜市都筑区に移転
平成23年 9月	タイ料理レストラン「One Dish Thai」をオープン
平成26年 12月	本社を横浜市青葉区に移転
平成27年 10月	日本産青果物の東南アジアへの輸出・販売事業を開始



代表の氏家(左)と農林水産省・前食料産業局長の新井ゆたか氏(右)。当社の、日本産青果物の海外輸出の取組が評価され、「2019年輸出に取り組む優良事業者表彰」で、食料産業局長賞が授与された。

事業内容

食品輸入・販売・開発



「タイの台所」は弊社の旗艦ブランド。写真左の調理セットシリーズは累計2,500万パック以上を販売。



タイ食品だけではなくグルメ缶詰「家バル」「居酒屋気分」ブランドや、本格四川料理に特化した「四川料理しびれ王」ブランドなども展開。



タイをはじめとするアジアの食品を、現地から輸入・販売。

CA コンテナによる 青果物の輸出版売



日本からタイ・シンガポール・香港に日本の青果物を輸出版売。来年はマレーシアも予定。

日本産加工食品の輸出版売



お菓子や調味料をはじめとする日本の加工食品をタイに輸出・販売。

OEM・PB 開発



タイ支店・株式会社バンコクフードシステムを窓口、日系を中心とした海外企業のOEMやPB商品の開発。
(無印良品等)

ネット事業部・ メディア事業部

インターネット通販



香辛甘酸 (発行部数：年間120万部)



タイ・エスニックレストラン 業界誌「スースー」



タイ・エスニック料理の最新動向を、毎月対象ジャンルの飲食店に郵送にてお届け。

タイ料理を中心とする食文化の普及を目的とした月刊フリーペーパー。現地の食情報やレストランガイド、レシピ紹介など。弊社製品のパッケージ内に封入。

取り扱い品目（果物・野菜）

フルーツ

- 桃
- メロン
- いちご
- りんご
- 柿
- 梨
- ぶどう
- みかん

ほか

野菜

- さつまいも
- キャベツ
- 大根
- 白菜
- 人参
- 玉ねぎ
- かぼちゃ
- かぶ
- とうもろこし
- 長芋
- ほうれん草
- 水なす
- 大葉
- ピーマン
- 長ネギ
- じゃがいも
- 小松菜
- みょうが
- きゅうり
- ブロッコリー
- アスパラガス
- チェリートマト
- ししとう
- 水菜
- わさび

ほか

バンコク支店・BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.

BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD. は、当社のタイ現地法人。
安全性やコスト面などタイでの製造の信頼性を強化すべく設立され、今年で創業14年。
2015年より、日本の本社と連携し日本産食品の輸入販売事業を本格始動。

社 名	BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.
代 表 者	氏家 勇祐
所 在 地	タイ国バンコクバンラック 10500 スリウォン通り シーロム 52 タニヤプラザビル 27 階
設 立	2004年2月16日
資 本 金	500万バーツ（日本円 1,650万円）
従業員数	38名（ほか、パート販売員 40名）
売 上 高	15 億円/2019年度
事業内容	●食品輸出入・販売、食品開発・製造、食品パッケージ、食品関連のリサーチ
取扱商品	タイ料理用食材全般、冷凍食品、食品原料、スパイス、お菓子、食器、日本産生鮮品・加工品
販 売 国	日本、台湾、タイ、マレーシア、ニュージーランド、フィンランド、イタリア、デンマーク、フランス、アメリカ、ドバイ、オランダ、カナダ、イギリス、ほか



タイの小売店で、日本食品を販売。ECサイトも展開。

BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.は、日本向けの商材の安全確保やコストマネジメント、製造などを円滑にすべく設立されました。メーカー機能を持つ食品商社として、現地企業と提携して商品の開発・生産・品質管理などを行っています。自社工場はありませんが、最終組立の工程は自社専用ラインを有しています。

日本食品の輸入販売は2015年より開始。日本の本社と連携しながら、これまでタイで構築してきた食品の加工技術や物流(コールドチェーン)、品質管理、現地小売店や飲食店・卸などのコネクションを活かし、日本産青果物の拡販に取り組んでいます。

鹿児島県青果物の取扱い品目の推移

2020年実績(2020年11月～2021年4月)

	品目	箱数	重量(kg)
1	キャベツ	10,200	102,000
2	大根	8,280	99,360
3	アールスメロン赤	400	3,201
4	アールスメロン青	280	2,253
	重量合計		206,814

2021年実績(2021年11月～2022年5月)

	品目	箱数	重量(kg)		品目	箱数	重量(kg)
1	キャベツ	12,330	123,300	13	青梗菜	82	258
2	大根	10,595	127,140	14	桜島こみかん	30	60
3	アールスメロン赤肉	405	3,528	15	葉ねぎ	30	90
4	アールスメロン青肉	405	3,528	16	ブロッコリー	20	130
5	白菜	680	8,160	17	ミニトマト	8	14
6	ピーマン	372	2,088	18	カーリーケール	4	8
7	ごぼう	310	620	19	スイートケール	4	8
8	きんかん	185	555	20	カーボロネロ	4	8
9	ほうれん草	243	1,050	21	レタス	3	24
10	ミニ白菜	120	1,440	22	サニーレタス	3	21
11	大将季	102	450	23	リーフレタス	3	21
12	小松菜	100	400	24	ロメインレタス	3	21
			重量合計				272,922

20品目増加
総量66トンUP

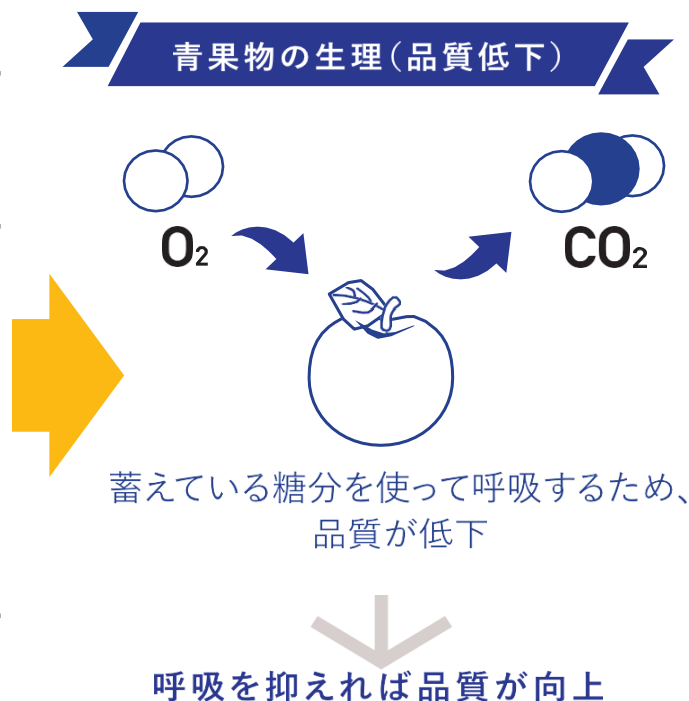


CAコンテナとは？

弊社では、海外への輸送には主に日本郵船グループのCAコンテナを利用。鮮度を保ちつつ、輸送コストを空輸の約10分の1（フルコンテナでの試算）に圧縮することが可能。消費のボリュームゾーンである所得中間層でも買える価格設定のために、欠かせない輸送方法です。ほか平行してエア便を利用。

CA コンテナの仕組み

- CAコンテナは窒素ガス発生装置等を装備した特殊冷蔵コンテナ。
- Cは「Controlled/制御された」
Aは「Atmosphere/大気・空気・環境の意味。」
- 冷却に加えて、コンテナ内に窒素を送り込み低酸素状態にすることで、青果物の呼吸を抑制。輸送中の鮮度低下を防ぐ。
（リンゴの呼吸量は冷蔵（0℃）状態で、常温時の1/10に低下。加えてCA貯蔵することで、1/2（常温時の1/20）まで抑制できる）
- 約9割の青果物に対応
（いちご、トマト、なす等は不向き）



出荷時の品質が第一！

CAコンテナは、現状の鮮度をできるだけ保持する技術

出荷時の鮮度（品質）が重要

棚もちに直結
産地との協力体制が不可欠



CAコンテナ

SUPER COOLING PREMIUM コンテナ（SCP コンテナ）とは？

日栄インテック株式会社が開発した鮮度保持技術。青果物等に電界を与え、果物や野菜の呼吸を抑制することで栄養素の消費を減少させ、品質低下のスピードを遅らせることが可能となる電界発生装置を装備。さらにエチレン分解・除菌・消臭システムを搭載しているのが特長で、りんごと他品目の混載やカビの発生を抑制する。

SCP コンテナのメリット

① CAコンテナよりも長期間鮮度保持ができる

CAコンテナとSCPコンテナの鮮度保持期間

CAコンテナ

概ね2週間程度

（葉物野菜やいちご、
トマト等などは合わせず
鮮度保持できない）



SCPコンテナ

概ね2～3週間

（品目により4週間以上も）

【蔵置試験結果】

いちご：14日間 桃：20～36日
ぶどう：3か月以上

大根、キャベツ、柿：27日間

葉物野菜、果菜類：21日間

船足が遅延してもフォローできる

CAコンテナでは概ね2週間が鮮度保持の限度。シンガポールやタイまでは船足2週間だが、今般、世界的に船足が遅延しており、CAコンテナでは鮮度を保てない事態も。

SCPコンテナならば船足の遅延にも対応できる。

ハワイ等の遠方にも輸出できる

鮮度保持期間が長いので、ハワイなど、現在空輸で対応している地域にも海上輸送で輸出できる（CAやRFコンテナでは不可）。

⇒空輸よりもコスト減

SCP コンテナのメリット

- ② 青果物のほぼ全てに対応。
いちごやトマト、葉物野菜などCAコンテナと相性が合わない品目までカバー



香港は船便でのいちご輸出の可能性

SCPコンテナでは2週間ほどいちごの鮮度を保持できる。
船足4～5日のエリア（香港）であれば、船便で輸出できる可能性がある

⇒空輸よりもコスト減

軟弱野菜のロスを抑制

水菜などのCAコンテナでは鮮度保持が難しい品目にも対応

- ③ エチレン分解機能がある



りんごと他品目の混載が可能

⇒物流効率の向上

- ④ 殺菌機能がある



カビによる腐敗を抑制

⇒商品ロスの抑制

- ⑤ コンテナ解放後の鮮度
低下がゆるやか



店頭での棚もち良好

CAコンテナは解放後の鮮度低下が急激



産地が輸出で留意すべき点は？ 国内出荷とは何が違う？

輸出先国によっては残留農薬規制などもありますが、国内ビジネスと1つ大きく違うところがあります。それは物流の距離と時間の長さ。

鮮度保持のために 輸出者や現地輸入者からの産地への要望

- 良好な状態の農作物を収穫＆品質管理
- 輸出のための指定場所（港や空港等）まで最短ルートで配送



東南アジア圏で船足最長2週間程度



即日～1日程度で届くが振動や気圧差がある

長旅で品質が劣化しやすいため

産地から出す品質が非常に重要！

実証試験結果（一例／野菜類）

SCPコンテナは、CA コンテナのように鮮度保持環境から出した途端に急激に劣化することはありません。写真の日数は、SCP コンテナから出して、店頭での棚もちもするだろう目安の期間です。



水菜

葉の変色、とろけ無し



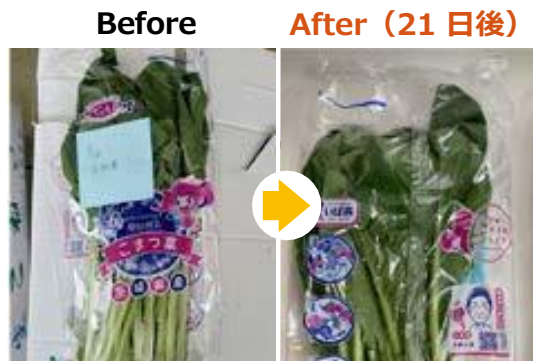
レタス

若干の軸の褐変はあるが
品質問題無し



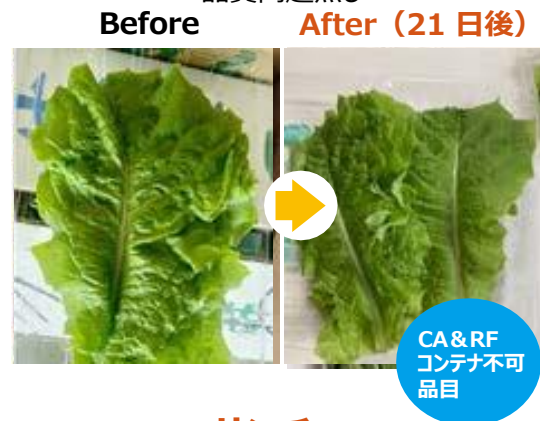
みつば

とろけや変色なし



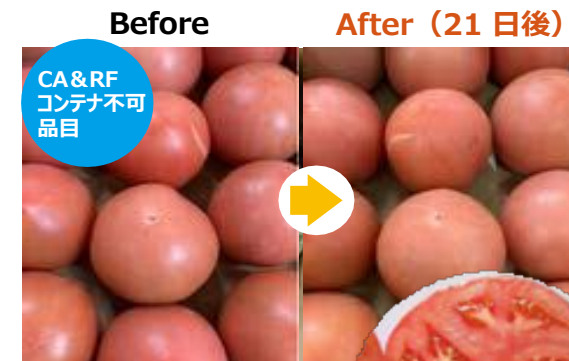
小松菜

しおれや変色なし



サンチュ

しおれや変色なし



トマト

やや軟らかくなったが
品質に問題なし





鹿児島県フェア時の売り場の様子

【期間】 シンガポール：2022/1/1～1/31

香港：2022：1/1～4/14(店舗リレー形式)



【大崎農園 大根】

プロモーションの様子

～ タイの店舗での陳列及び、販売スタッフの試食販売 ～





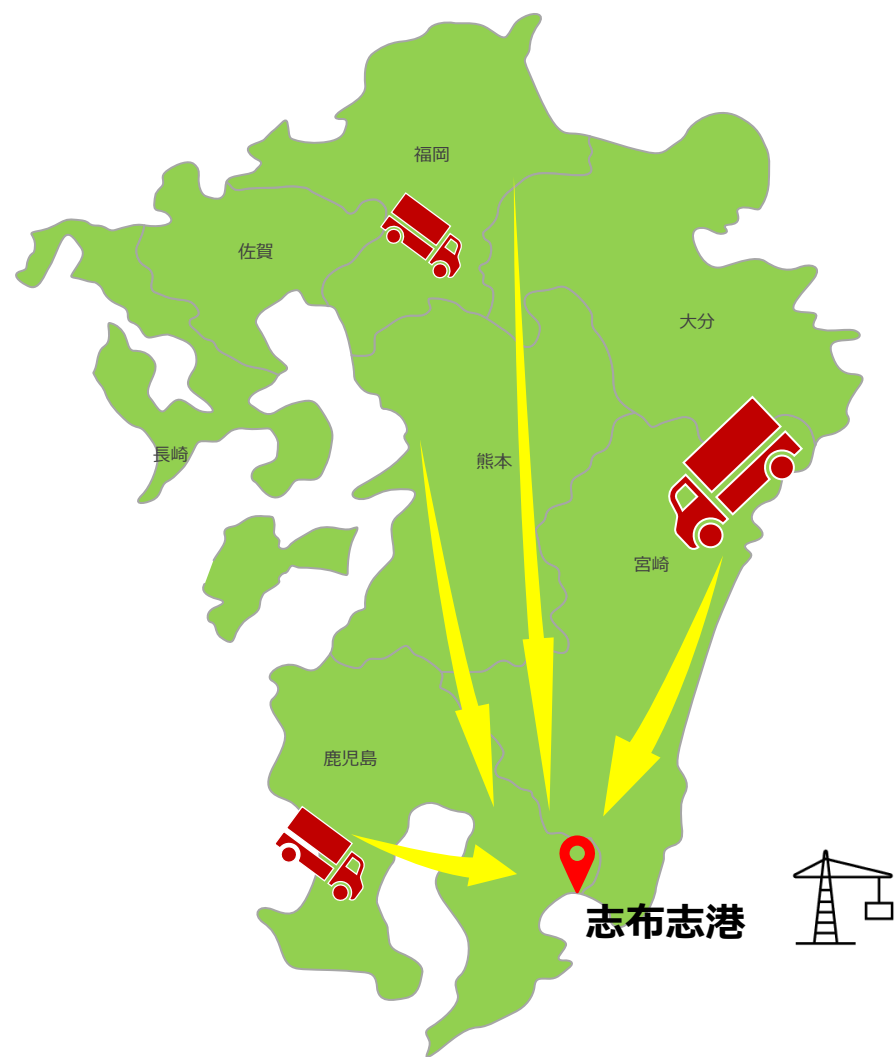
タイの店舗の売り場

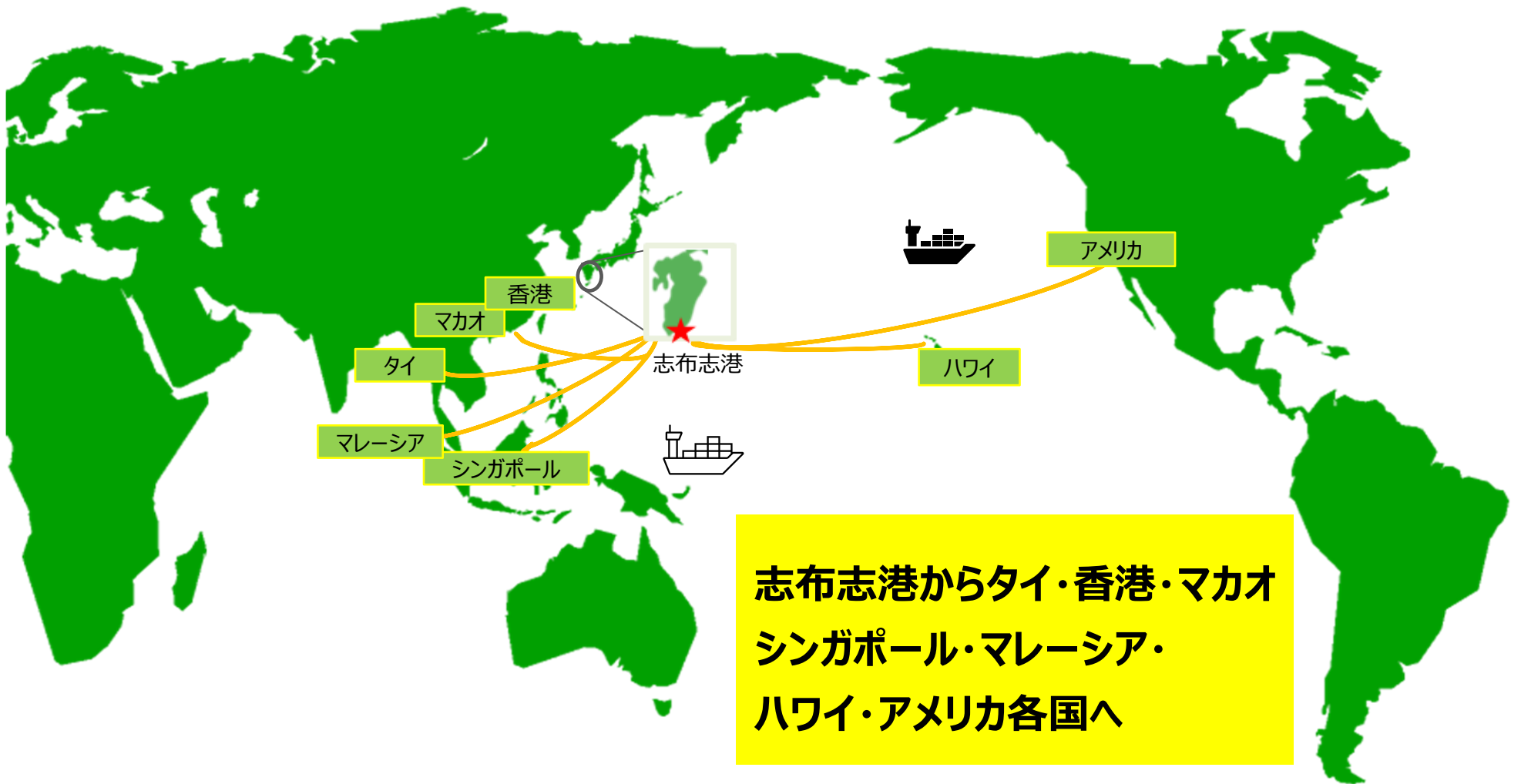


志布志港の活用

鹿児島だけでなく、九州地方
各産地を含むハブ港として
志布志港を活用

志布志港を起点として
all九州で世界に挑戦していく





志布志港からタイ・香港・マカオ
シンガポール・マレーシア・
ハワイ・アメリカ各国へ

農林水産物の海外輸出は、儲かるのか？

はい or いいえ

答えは……

どちらも正解です。

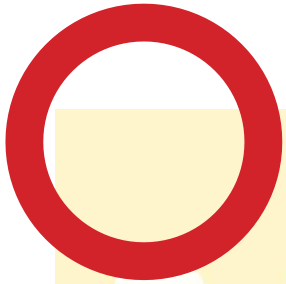
なぜなら、始まったばかりだからです。

**しかし、農林水産物の海外輸出は
継続的に成長することは間違いありません。**

日本は人口が減っていく一方、
海外には人口や所得が増加傾向の国がいくつもあるからです。

これから従来のやり方を続けても
絶対に上手くいきません。

釣りに例えると…



魚が増えていく所で釣りをするのか



魚が減っていく所で釣りをするのか

答えは明らかです。

日本の農業は、毎年同じ池で同じ魚を釣っています。それが悪いとは言いません。

しかし、今後そのビジネスを続ける人はどれ位いるのでしょうか？

**人口減で労働力を海外の技能実習生に頼らざるを得ない
現状を言い訳にして甘んじていませんか？**

魅力があり、儲かる農業であればやってみようと思う人は増えますし、商売の自由度を広げていけばさらに増えていくと感じています。

今日はそんな海外へのビジネスが今後日本の農業を救う可能性があるかを、一緒に考えていきたいと思っています。

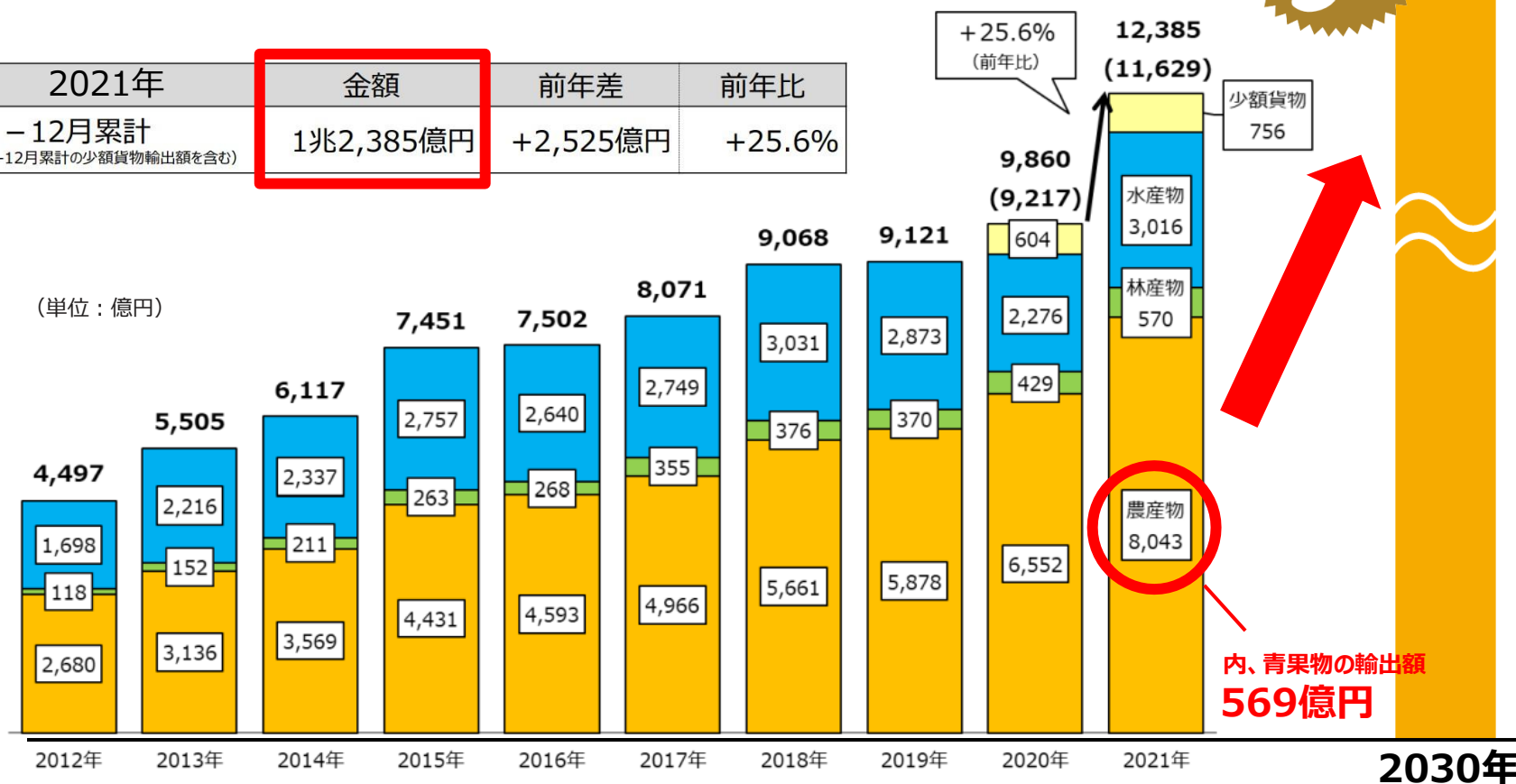


日本の農林水産物は、海外で売れるのか？

売れます。10年近くで、日本の農林水産物の輸出額は約2.5倍に。

日本全体の農林水産物の輸出額

2021年	金額	前年差	前年比
1 - 12月累計 (1-12月累計の少額貨物輸出額を含む)	1兆2,385億円	+2,525億円	+25.6%



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

何故、日本の農産物は売れるのか？

おもな 5つの理由

- ① 他国産よりも品質がよくて**美味しい**
- ② 日本産という**信頼感**・イメージのよさ
- ③ 商品や生産者に**ストーリー**がある
- ④ **政府が旗振り役**となり、海外輸出を後押ししている
- ⑤ インバウンドにより海外の方が多く来日。
日本での食経験で**ファン**になった。

しかし、世界各国の輸出量と比べれば日本は……

➡ **スズメの涙**ほどのシェアしか奪えていない。



日本は、どんな国に輸出しているか？

順位	2021年1-12月（累計）						
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物
1	中華人民共和国	2,224	19.1	+35.2	1,395	239	590
2	香港	2,190	18.8	+6.0	1,505	18	668
3	アメリカ合衆国	1,683	14.5	+41.2	1,196	64	423
4	台湾	1,245	10.7	+27.0	943	34	268
5	ベトナム	585	5.0	+9.4	393	8	184
6	大韓民国	527	4.5	+26.9	305	45	176
7	タイ	441	3.8	+9.5	228	7	206
8	シンガポール	409	3.5	+38.0	343	5	60
9	オーストラリア	230	2.0	+39.1	203	2	25
10	フィリピン	209	1.8	+35.6	77	108	24
-	E U	629	5.4	+43.8	518	16	94

ほか、マレーシアやカナダなど。

官民を上げた日本の農林水産物の輸出は始まったばかりのため、規制等の事由により輸出可能国はまだそんなに多くありません。しかし今後、日本の農林水産物の輸出が日本の重要な産業となるので外務省、農林水産省、経済産業省が一体となり、規制緩和等の交渉を各国としています。

人口規模≒市場規模

世界に目を向ければ
市場規模は日本の

何百倍！？



海外の消費者は救世主となるのか？

海外の消費者

- ① 日本産に対して一定の（過剰ではなく）**付加価値**を感じ、購入してくれる顧客である。
- ② 日本の青果物の**美味しさ**を、これから知る人が多い。
（⇔日本は美味しいのが当たり前で、価値を感じてくれる人が減った）



海外輸出は、なぜ持続可能なのか？

海外輸出にチャレンジした産地のなかには、1度輸出しただけで後が続かなかった、という事例もよく聞かれます。現地との商流を上手に築けなかった、品質が海外までもたなかった、など理由はさまざまです。しかし、これは輸出が軌道に乗るまでのプロセスとして必ず通る道だと思います。

なぜ、農産物の海外輸出は持続可能なのか？



理由① 政府が2030年までに農林水産物の輸出額を5兆円まで伸ばすことを目指しており、政策になっている。

(= さまざまなサポートが受けられる)

理由② 日本の農業人口は減っていくが、生産できる場所（資源）がある（＝突然が魚がいなくなる海洋資源等とは違う）。

理由③ 日本の食品市場自体が海外に目を向けているので法整備や規制緩和が確実に進んでいく。

～熊本県のいちご輸出の実例～

熊本県の各生産者宅まで保冷車で巡回して集荷し、北九州空港（福岡空港）から輸出。収穫から最短 2 日後には海外の店頭に出るため、通常の市場流通品よりも鮮度や品質が抜群。
主要取引先である DON DON DONKI に高く評価され、同店で販売したいちごのシェアのほとんどを占めました。

【1日目】
収穫 & パックつめ



【2日目】
集荷 & 輸出



福岡空港で検疫を受けてから、タイ、香港、マカオ、シンガポール、台湾、アメリカ等へ。



【3日目】
現地着 & 販売



■ 現地着荷時の平均ロス率

本取り組み：約0.8%

市場流通品：約 8.3%

輸出は儲かるのか？

ポイント① 自分の商品を分析し、真の買い手を知る

- ・商品を買ってくれる真のお客様は、国内の中間業者（卸業者等）にあらず。海外のバイヤーや消費者です。国内の中間業者の評価ではなく、海外のバイヤーや消費者にとって、自分の商品はどうなのかを知しましょう。
- ・海外輸出している同業の商品と比較することで、自分の商品を分析しましょう。劣っていれば勝つために攻めに動くか、引くかを決めましょう。

現地のバイヤーや
消費者こそが真のお客様！



ポイント②

商流を知り、必要な中間業者とのみ付き合う

- ・マージンをとるだけで、実務への関与が薄い中間業者が入ることが往々にしてあります。
海外の買い手が買いやすく、そして生産者が適正な利益を得て栽培を継続するためには、余分な中間業者を省くことが大切です。海外の買い手は売るために少しでも安く買いたいたですが、これは個人が商品を買うときと同じことです。

ポイント③

儲かるためのコスト計算をする

- ・当社の青果物の仕入れは市場価格ではなく、買い手と売り手が合意したお互いに利のある価格です。つまり生産者は売りたい値段をベースに、買い手（海外のバイヤーや輸出者）と相談して価格を決められるということです。そのためには商品の生産コストの計算とコントロールができるようになることが大切です。

輸出者や海外に直接売るとは、減りゆく就農人口を食い止める方法のひとつ。

➡ 輸出で成功している生産者は増えつつあり、輸出専門の生産者も出現。

➡ エンジェルスの大谷のように二刀流で
作るだけでなく「売る」ことに意識を持つことが大切。

海外輸出の“ 覚悟 ”とは？

海外に輸出をお考えなら、いくつか国内ビジネスと違うことがあるので、それを受け入れてほしいと思います。

覚悟 ①

1回で終わってしまうことがある

ライバル多し！

日本国内での競争はもちろん、真の競争相手は海外産！

覚悟 ②

さまざまな管理や手続き、準備がある

輸出先国によって規制はさまざま。ゆるい国がある一方…

“ 残留農薬基準のクリア ”、“ 園地登録 ”、“ 衛生証明書の取得 ” などハードルがある。

海外輸出の“覚悟”とは？

覚悟 ③

従来の商流を変える可能性

海外産と戦うためには、適正価格であることが重要。伝票だけの中間業者は、勝ち残るためには不必要！

海外／商流がスマート ⇔ 日本／中間業者が多すぎる

覚悟 ④

農作物の品質に本気で取り組む

思っている以上に、海外の方は日本の果物に期待し、初めて食べた人はその美味しさに驚いた顔をします。

作ったものを心から楽しんでもらうことが生産者の醍醐味。

この“やりがい”こそ生産者の未来であり
後継者に繋がる

最後に

～弊社がこのビジネスに最も喜びを感じるとき～

ひとつは、海外の方が日本の農産物を食べて、美味しそうにしている姿を見たとき。

**もうひとつは、輸出した生産者の方が海外での評判を知り、
本当に喜んでもらえたときです。**

海外の消費者の反応を生産者の方にお伝えすべく、弊社ではSNSを活用して、こんな取り組みもしています。





今井 政樹

管理者・2019年6月15日 17:24・🌐

皆様！こんにちは🌞
シンガポールよりお届けします！

ドンドンドンキーシンガポール4店舗
【茨城メロン🍈フェア】開催中！！
orchard店
100AM店... もっと見る



今井 政樹

管理者・2019年9月30日 22:06・🌐

バンコクにも秋🍁到来！

dondondonki Thailand販売スタート！！
その他、店舗様も次々と柿が販売スタートして
いきます！！

今年も秋🍁の始まりには相応しい、生産量日
本1の紀北かわかみ様の【刀根早生柿】。
... もっと見る



Facebookグループ
**その美味しさ！
世界へ届け！**

海外の模様を配信！

