

青果物輸出産地セミナー(7/8)

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

青果物輸出拡大の ポイント・取組の全体像

アクセンチュア株式会社
戦略コンサルティング本部
シニアマネジャー

小栗 史也

青果物輸出産地セミナー&マッチング ~取組の全体像

本日は先進事業者から輸出産地形成・最新の青果物輸出トレンドに関して情報共有。8月以降は各地域において有力商社・バイヤーとの個別マッチングを実施。

←----- 本日 -----> ←----- 8月~ ----->

先進事業者講演

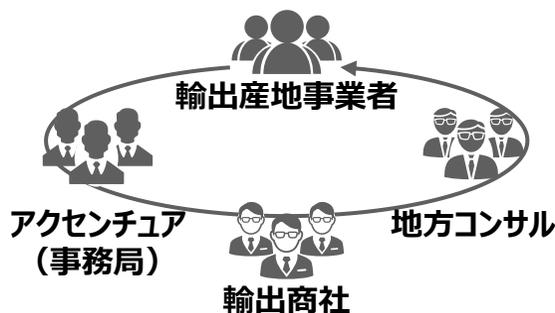
“ネクストアクション”に繋がる講演

交流会

課題解決に繋がる“ネットワーキング”

個別マッチング(商談)

成約に繋がる“相思相愛マッチング”



- 先進事業者(産地/商社)が、輸出の意義、産地形成の取組、品目/地域別の特性等を講演
- 青果物の商流構築のポイント等にも触れて頂き、後続のマッチングに繋がる示唆を提供

- 産地支援に積極的な商社・専門家との合同相談会を行い、後続の取組のきっかけを創出
- 輸出産地同士のコラボレーション・知見共有にも繋げる

- 各地域での対面商談会
 - 北海道：8/4（木）
 - 南九州（鹿児島）：8/26（金）
- ※オンライン参加も可能
- 有力な商社・海外バイヤーとのマッチングを行い成約・輸出拡大に繋げる
- 申込情報を基に、商社と事前調整を行うことで、成約に繋がる“相思相愛マッチング”を実現

GFP × 日青協

GFPのスキームを活用した上で、日青協様と二人三脚で事業を推進させていただくことで、効率的・効果的な青果物輸出マッチングを実現する。



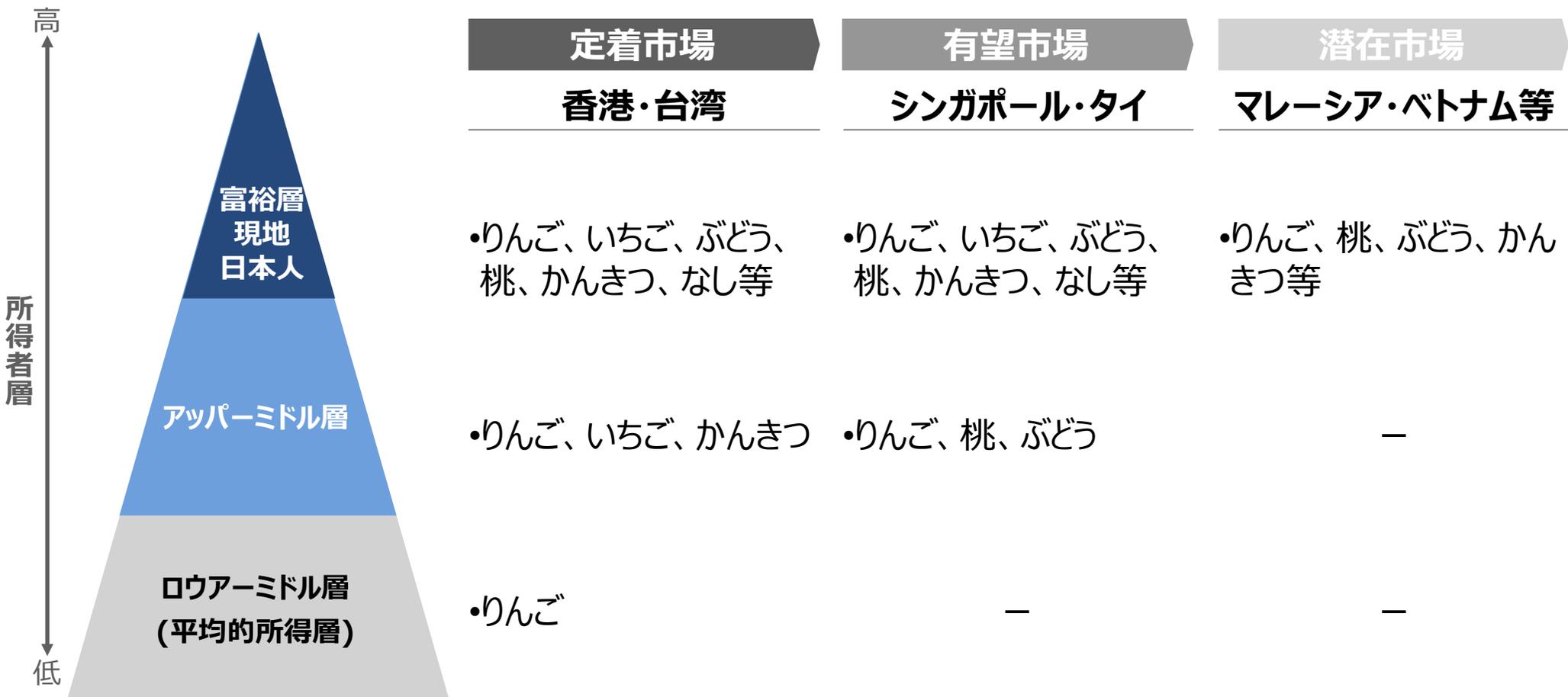
✓ GFPで蓄積してきた事業者情報、マッチング・フォローアップスキーム、YouTube・メルマガ等のツールを活用することで、効率的な青果物マッチング・輸出拡大を実現

青果物輸出拡大に向けたポイント（本日申し上げたいこと）

- 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”）
- 外食店/ホテルのデザートやスイーツ店での日本産果物使用のポテンシャル
- 海外ECにおける日本産果物・野菜の取扱い増加・日系EC事業者の海外展開
- 日本の高い技術を活かした青果加工品・高付加価値の冷凍野菜・カット野菜への期待
- 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
- GAPをはじめとした青果物のトレーサビリティ・サステナビリティ担保への要請
- 最短距離/時間での輸送ルート構築（地方港からのCAコンテナ活用等）・包材規格統一等の青果物物流の最適化が重要
- 収穫時期・輸送温度帯が異なるため、海上混載輸出の難易度が高い青果物(特に野菜)の混載輸送技術の確立も合わせて必要

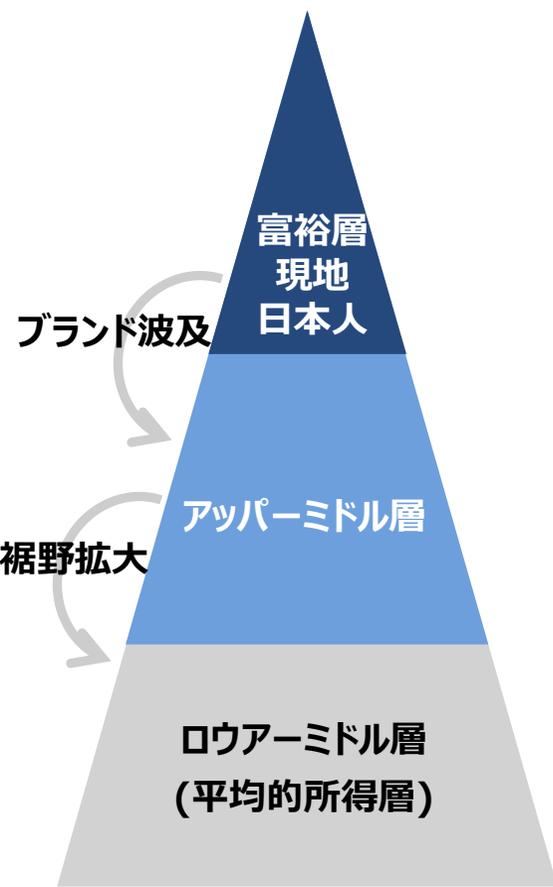
各国における日本産果物の流通フェーズ

香港・台湾は、りんごを中心に既にロウアーミドル層まで日本産品が浸透。他国に関しては日本産青果物の購入習慣が定着しておらず、ポテンシャルがある。



目指すべき日本産果物輸出の姿

まずは富裕層向けに“日本産”のブランディングを行い、ブランド波及を通じてアップ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、ロウアーミドル(平均的所得層)向けの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>“日本産”ブランディング</p>	<p>“非日常体験”の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> 贈答用、パーティー用等、特別感の演出 パッケージの工夫も必要 	<ul style="list-style-type: none"> 日系小売・百貨店 現地系小売(高級) 高級日本食店 	<ul style="list-style-type: none"> あまおう(高価格帯いちご) 
<p>小ロット多品目輸出</p>	<p>“ハレの日”需要の開拓</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分へのご褒美・祝い事等での定期消費 多様な日本品種の訴求 	<ul style="list-style-type: none"> 日系大手小売チェーン 現地系小売(アップパー) 高級ホテル(ブッフェ等) 	<ul style="list-style-type: none"> もも ぶどう いちご かんきつ 
<p>大ロット輸出</p>	<p>日本産の“日常品化”</p> <ul style="list-style-type: none"> 朝食・間食・食後のデザートとしての家庭内消費 輸出向け大規模生産・周年安定供給が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 日系大手小売チェーン 現地系小売(一般) 街市 	<ul style="list-style-type: none"> りんご 

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

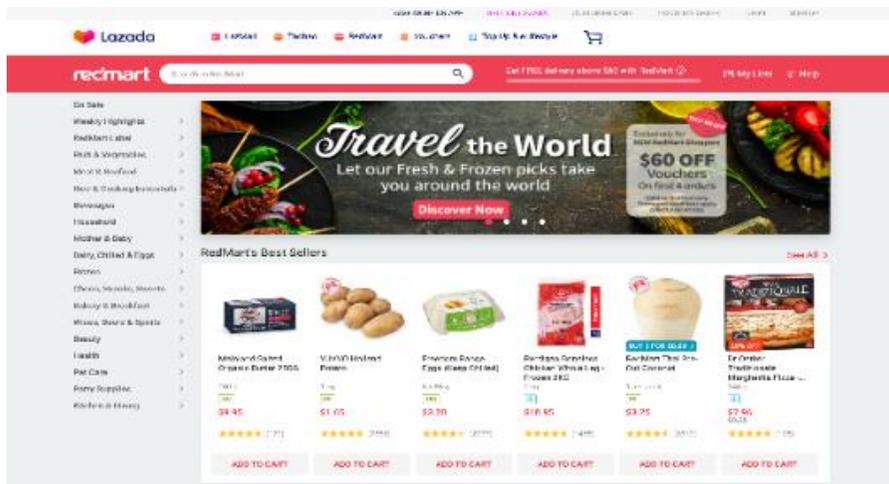
- 流行に敏感な若い女性やカップル向けに、カフェやホテルのブッフェ等での注文(“美食家”のデザートタイムにも)
- スイーツと親和性の高いカフェ店や、和食ブームを牽引する寿司店等でのデザートメニューとしての注文

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

海外ECにおける日本産青果物の取り扱い拡大

Redmart・HKTVMモール等の各国大手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。

日本の高い技術を活かした青果物加工品の有望性①

鮮度維持・規格外品の有効活用の観点において、海外市場を見据えて、日本の高い技術を活かした青果物加工品の商品開発・輸出が有望。

市川農場 × いちご加工品



- 採れたてのいちごの販売に加えて、通年販売できる商品開発をしようと、生産農家の強みを生かした加工品「いちごバター」を開発
- 高級感にこだわり、米国・香港・シンガポール向けにギフト用の販売も行う
- 果実70%の配合。徹底管理した温度や二酸化炭素濃度の下で生産される高糖度な「あきひめ」を活用

秋田犬ツーリズム×枝豆加工品(冷凍・乾燥)



- 朝採れ枝豆の素材を生かし、枝豆の美味しさのレベルが落ちる前の鮮度を保った状態で加工・冷凍保存し、加工商品を開発
- 収穫当日または翌日中に加熱加工を行い、原料収穫から加熱加工時まで低温で管理
- 海外での健康意識の高まりにより、スーパーフードの視点で、健康志向層に訴求

日本の高い技術を活かした青果物加工品の有望性②

鮮度維持・規格外品の有効活用の観点において、海外市場を見据えて、日本の高い技術を活かした青果物加工品の商品開発・輸出が有望。

果樂 × もも加工品(冷凍・瓶詰)



- もも、柿、洋ナシ等果物の長期保存に有効な「シロップ漬け」を新しい切り口で、輸出向けに開発
- 脱酸素効果のある特殊フィルムの使用や、独自の水塾製法により、生の風味を残しつつ、日持ちが良い青果加工品を開発
- 従来は傷みのある果物を活用する加工品に、贈答に使うレベルの上等品の桃を使用することで、岡山県産の桃の魅力をアピール

ごと × 冷凍やきいも



- 五島列島福江島でしか栽培しない有機栽培した「ごと芋」を使用し、焼きたてをマイナス55度まで急速冷凍することで、美味しさを凝縮
- 砂糖不使用であるにも関わらず、平均糖度36.4度、糖度がマンゴーの2倍以上あることも特徴
- 電子レンジ3分で焼き立ての美味しさを提供できる簡単な調理法が香港等ではニーズがある

日本の高い技術を活かした青果物加工品の有望性③

鮮度維持・規格外品の有効活用の観点において、海外市場を見据えて、日本の高い技術を活かした青果物加工品の商品開発・輸出が有望。

JA十勝清水町 × にんにく加工品



- 大型機械導入による生産体系改革に伴い増加した「規格外品」の高付加価値化のため、加工品の開発に着手
- 調味料を中心に、にんにくを活用したドレッシング、にんにくマヨネーズ・マスタード、スナック等を開発
- 台湾ではインフルエンサーシェフと連携して、にんにくマヨネーズ・マスタードと道産野菜を組合わせたメニュー提案にも取り組む

レッドアップ × トマト加工品



- 従来廃棄していた傷物のトマトを加工品用に用いる等、SDGsにも配慮しながら、美味しい材料を使った加工品を生産
- 商品開発時点から海外輸出を見据えてラインナップや賞味期限を1年以上保持できるように設定
- スパイスは海外消費者を意識して日本らしさのあるわさび・かぼす・唐辛子をラインナップに追加

日本産野菜の現地メニューへの活用提案

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
 - 味噌汁 × かぼちゃ
 - ラーメン × ネギ

地方港湾からの青果物輸出物流ルート構築

10社以上の生産者の青果物を混載し、CAコンテナでシンガポール向けに輸出。
青果物輸出において、地方港湾活用は鮮度維持面と輸送コスト面で適している。

実証概要

実証結果

輸出産地近隣の港湾を活用した
高鮮度での青果物混載・大ロット化輸出

港湾

志布志港（鹿児島県）

品目

キャベツ、大根、ケール、ほうれん草、葉ねぎ
小松菜、青梗菜、ブロッコリー、ミニトマト等

概要

- 既に志布志港より輸出実績のある大根・キャベツに加え、10社以上の生産者の葉物野菜や軟弱野菜の混載輸出を実施
- 計4コンテナを志布志港発～神戸経由で、シンガポール向けに輸送
- 40フィートCAコンテナを使用
- 輸送コスト、輸送時間、鮮度維持、現地ニーズの観点で検証

到着時のレタス



到着時のほうれん草



- 産地からCAコンテナにバンニングするまでの時間を短縮でき、鮮度が良い
- トータルでの輸送時間も神戸港から輸出する場合と大きな差が無い
- 国内輸送費を抑えられ、CAコンテナの事前手配は主要・地方港に関わらず必要なことから海上輸送費の差は小さく、合計輸送費を抑えることが可能

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