

青果物輸出産地セミナー九州北部 (3/3)

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

九州北部からの青果物 輸出拡大のポイント

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

セミナーにて九州北部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。

3/3(金) 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・物流等を囲む形で商談会待ち時間に実施

九州北部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
パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス (小売チェーン)	シンガポール・香港・タイ・台湾等	DonDonDonki等の小売店を海外展開し、日本産生鮮品(食品)を積極的に取扱。輸出物流網の最適な体制構築を推進。
九州農水産物直販 (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。
芙蓉トレーディング (輸出商社)	香港等	福岡県を拠点に日本の食料品・加工品・農産物を海外向けに輸出。青果物は国内卸問屋・青果市場・農業法人等と連携している。
萌す (輸出商社)	シンガポール・台湾・香港・ベトナム等	日本各地の産品を幅広く取扱う沖縄県の地域商社。小売やEC、ライブコマース向け輸出を中心に品目横断での輸出を推進。
REDUP・三共フードトレーディング (生産者・輸出商社)	香港等	REDUPは熊本県を拠点にトマト栽培・加工品開発を行う。香港・台湾に精通している三共フードトレーディングと連携して輸出に取り組む。
SAMURAI SUMMIT (輸出商社)	香港・シンガポール・マカオ・タイ・台湾・インドネシア等	農水産物を中心とした食品輸出商社。国内農家との繋がりを活かして、物流・発送・海外現地での営業活動までワンストップで行う。
インターハーベストジャパン (輸出商社/輸入商社)	タイ	生鮮野菜・果物に特化した物流保管事業をメインとした福岡ソノリクと、日本向け輸出入事業に強みを持つ、タイの現地法人のタニヤマサイアムとのグループシナジーを強みに輸出を推進。

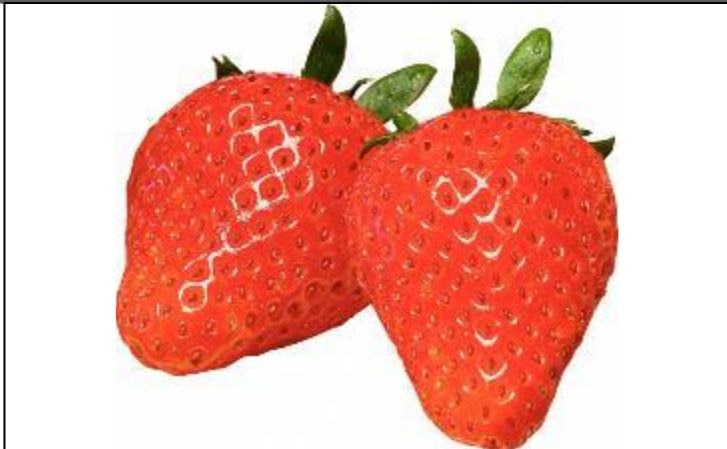
青果物輸出拡大に向けたポイント ~サマリ

- 九州北部地方で生産が盛んな果物(いちご・柑橘類)は海外でもポテンシャルが高い品目である
- 九州経済連合会が主導して設立し、九州産の農畜水産物を輸出する九州農水産物直販様始め、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

九州北部からの主な輸出有望品目

少量多品目で品種も豊富。海外人気の高い苺や供給力・野菜との混載でポテンシャルが高い柑橘類の他にも、今後の輸出拡大が望まれる甘藷や梨がある。

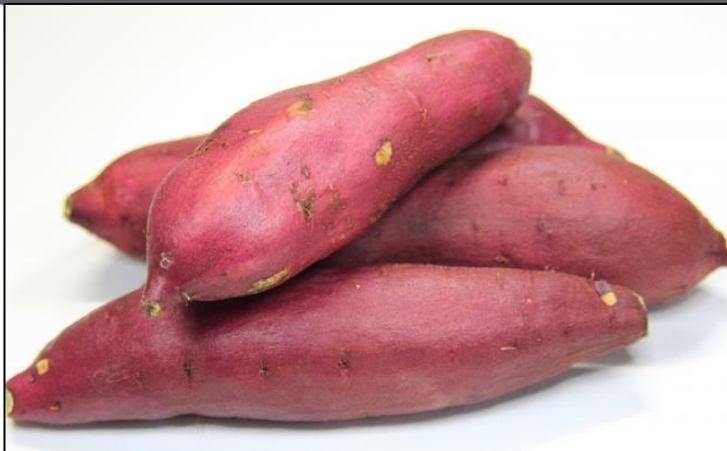
苺



柑橘類



甘藷



梨



九州北部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、産地単位の商品集約が重要。商社と輸出先のニーズ・課題を密に連携して、日常消費を目指した生産・販売をすべき。

課題概要

生産

量の確保が
困難

- ・ 大規模な農業法人が少なく、小規模の生産者は輸出向けの物量を確保することが困難
- ・ 国内需要で満足して、輸出の優先順位が低い

物流

チーム作りが
難しい

- ・ パートナー(商社)探しのハードルが高い
- ・ 組織・担当者単位で熱量にバラつきが見られる

販売

販売先不足

- ・ 地域で青果物輸出入を行う商社が限られており、輸出先の棚の取り合いが発生
- ・ 贈答品需要だけでなく、日常消費されることが必要

九州北部からの青果物輸出に向けた当イベントの意義

輸出先のニーズ・課題を生産・物流側に共有して改善し続けるタテのチーム作りと、産地単位で物量確保・ナレッジ集約するヨコのチーム作りが重要。

輸出はチーム作りが重要

- 商流のチーム作り(タテのチーム作り)
 - ✓ 経験豊富な九州農水産物直販様(輸出商社)も**輸出は関係者が多いため、情報連携の難易度が高いと考えている**
 - ✓ **現地課題や要望に素早く・柔軟に対応することが成功要因**
- 産地単位のチーム作り(ヨコのチーム作り)
 - ✓ レッドアップ様(熊本県・トマト生産者)は**九州域内の他トマト生産者の産品を纏めて輸出するスキーム**を実施
 - ✓ 多品種・ロット拡大での提案を実現

本日を輸出ネットワーク形成の場として活用いただきたい

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。



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

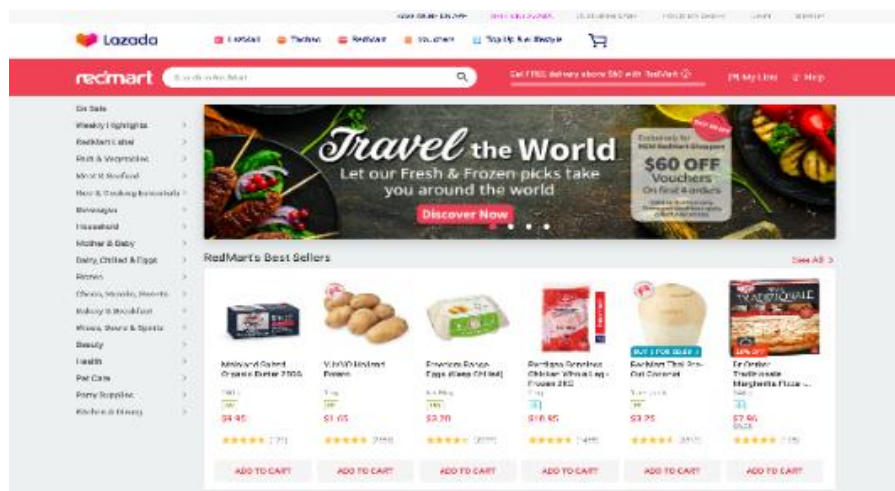


- 日本の食文化の土台を崩さずに、現地消費者に好んでもらえる味付けを意識した日本食メニューでの日本産野菜の活用
 - おでん × 大根等
 - 寿司 × 野菜
 - ラーメン × ネギ

海外ECにおける日本産青果物の取り扱い拡大

Redmart・HKTV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
食品衛生のみ (認定・証明書)	- ニンニク、キャベツ、ネギ、キノコ類、ニンジン(第386号) - ながいも、さつまいも(第420号)	- 西洋梨 - ビワ - カボチャ - ピーマン - トウモロコシ 等
	食品衛生&植物検疫 (認定・証明書、合同輸出検査による園地・梱包施設登録)	
	- 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) 柿、ナス、キウイ、サクランボ、モモ(第420号)	

※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>

©Accenture 2023. All Rights Reserved.