

**「青果物輸出産地セミナー & 交流会」**  
**地方市場からの青果物輸出拡大に向けて**

株式会社米子青果  
**坪池 信治**

# 企業概要(株式会社米子青果)

鳥取県に位置する山陰地方最大の地方青果市場。山陰及び全国の青果物の他、輸入外国産の生鮮野菜や果物を取扱う。

顧客・消費者のニーズに応えるため全国から青果物を仕入れ販売



- 鳥取県米子市にある民営の地方卸売市場。山陰地方のものだけでなく、全国の青果物を取扱う
  - 輸入商社からの青果物を取扱う。また、県外の生産団体・卸売市場から青果物を仕入れ、販売や転送販売等も行う。
- 地域の食文化を絶やさないため、干し芋や奈良漬け、お餅等の加工品の製造・販売やグループ会社では加工野菜の製造・販売も手掛ける。

# 輸出の経緯

人口減少による国内需要の低下や、市場法の改正による流通構造の変化に対応すべく、新たな販路として輸出を開始

生産者向け研修や産地訪問等を積極的に行う



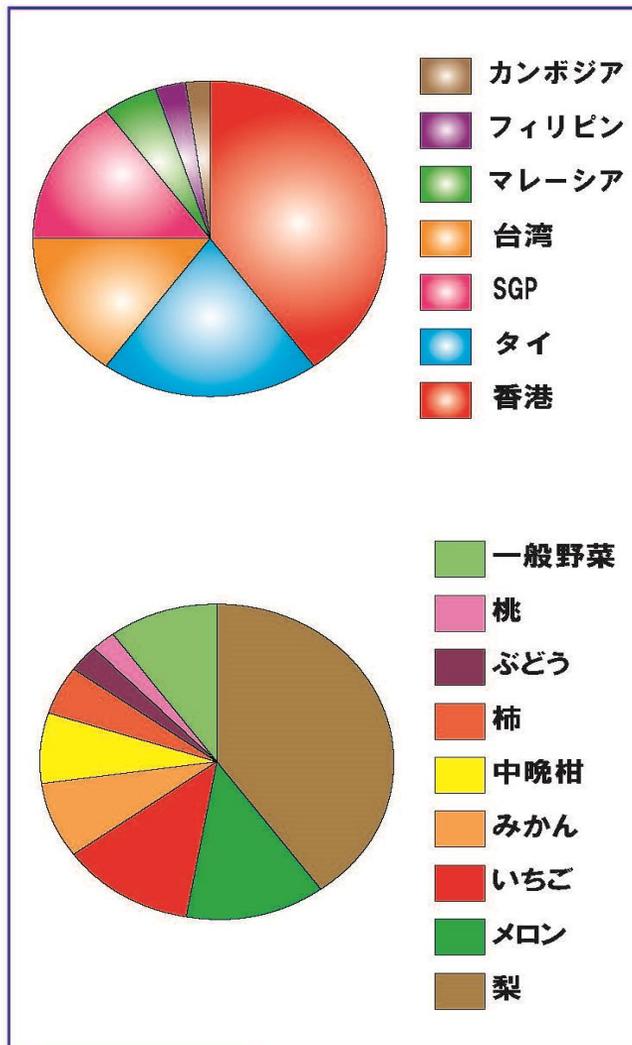
- 少子化・人口減少による国内需要低下、また農業人口減少は深刻であり、海外販路開拓によりこれら直面する事業リスクを解決する
  - 産地に輸出向けの品目(引き合いのあるメロンやいちご等)の栽培を増やしてもらう事で、生産者や特産品減少を抑制
- 2020年6月「新卸売市場法」が施行、産地→販売先までの取引構造が今後崩れる事を想定し、自ら営業力を付け、あらたな販路を国内外で開拓する必要がある

海外への販路開拓が輸出産地形成に繋がり、生産者減少食い止めに

# 輸出実績

取引先：日系輸出商社、日本法人現地輸入事業者、  
日系流通会社、現地輸入事業者（卸業者、流通事業者）  
間接貿易：80% / 直接貿易20%（タイ、台湾）

## 米子青果輸出事業 2023



# 輸出拡大のポイント

多くの同業者の中からお客様に選ばれる会社になるため、商談の際に取り組んでいること。

- 「これがほしい」「興味がある」と言われるままの見積・商品提案は行わない
  - 米子青果の場合、以下の産品を切り込みを掛ける商品としている
    - ① 東京・大阪の中央卸売市場では手に入りにくい鳥取県産青果物
    - ② 鳥取県産で物量を確保できる青果物
- 差別化できる商品で取引の窓口を開き、一定の取引を行い信頼関係を作った上で、お客様から希望がある商品の見積や紹介をする
  - 青果物を一定品種ラインナップし、シーズンを通した商品提案  
(買い回りを促す)

# 輸出拡大のポイント

多くの同業者の中からお客様に選ばれる会社になるため、商談の際に取り組んでいること。

- **徹底的にお客様の要望に沿えるよう努力をする**

- 現地のニーズに合った商品や価格設定が出来るよう包装資材（ギフト箱）、物流方法の提案、また場合により栽培方法の工夫についても産地と相談する

- オンライン商談は今や当たり前になり便利ではあるが、**お客様を訪問して直接商談をすることも大切**にしている

- 商談規模によりお客様を産地や会社に招聘することも有効

# タイ輸出における規制面の難しさと商品価格への転嫁

徐々に規制面でのハードルは下がってきてはいるが、依然としてEPA対応や生産園地・選果施設等の登録が求められている。

## 植物検疫・ 残留農薬 対応

- **植物検疫に沿った基準で生産園地と選果・梱包施設登録が必要**
  - Exporterにとっては輸出検疫の際に生産組合が発行する選果・梱包証明が必要になる
- **輸出青果物の品目により病害虫対策を求められ、園地をネットで囲む等基準に沿った対策をする必要がある**
  - 柑橘類は年に一度タイ側の園地視察を受ける必要があり、またメロン・トマト・スイカ・きゅうりは日タイ植物防疫官立会いの輸出検疫が必要のため現状輸出ハードルは高い
- 残留農薬基準があり、**日本の気候風土に合った農薬使用を制限**しなければならない
  - 高リスク青果物の種類は少なくなってきたため残留農薬については台湾ほどハードルは高くない。

# タイ輸出における規制面の難しさと商品価格への転嫁

徐々に規制面でのハードルは下がってきてはいるが、依然としてEPA対応や生産園地・選果施設等の登録が求められている。

## 関税

- 日タイ経済連携協定により、通関時に**原産地証明書を提出することで平均30%の関税が免除される**
  - 輸入者にとって大きなメリットであり、原産地証明書を準備することが取引条件となる
- 原産地証明書の発給は産地が証明できる納品書で申請可能になったことで産地側の手間が減った
  - 輸出者側の申請手続きは変わらず、特に**航空輸送は現地通関までの時間が短いため、発給は時間との勝負**

## 価格への 転嫁

- **物流の工夫で価格を下げる**、あるいは価値を輸出者が明確に訴求し、**その価値を妥当として購入する売先を開拓する**ことが大きな課題
  - 生産者は栽培だけでなく選果・梱包と手間が掛かり、農薬規制により収量も国内用に比べて減るため、商品価格は必然的に上がる

# ターゲットを絞った販路開拓（1）

掛けた手間に見合う値段で売るために、タイで10%弱と言われる富裕層にターゲットを絞った販路開拓に挑戦。

## 現地調査

- タイ現地の日系事業会社、タイの輸出事業社を介して、タイ青果物のマーケットや富裕層の買い物動向についての情報を取得

## ネットワーク構築

- ローカルとのネットワークがなければ、現地輸入事業者（流通・卸売業者）とつながることは困難
  - 弊社は日系物流事業者の紹介で、食品販売に精通したローカルとつながることに成功。現地での販売協力体制を構築

# ターゲットを絞った販路開拓（1）

掛けた手間に見合う値段で売るために、タイで10%弱と言われる富裕層にターゲットを絞った販路開拓に挑戦。

## 高級果実販売場所の特定・業者との関係構築

- 富裕層が高価格果物を購入する場所を再度調査。そこに商品を卸している、もしくは販売を行う業者とつながることが重要
  - タイではネット購入が増えている一方で、商業取引に関する法律が未整備のため、ECサイトでの購入はトラブルも多い
  - 商品売買においては直接出品者との会話が可能で、それが信用につながることからFacebookでの売買が富裕層の間で増えている
- 高級果物を販売する業者もFacebookを活用、仕入～販売を行う
  - 取引を行うためにはFacebookでの宣伝用に商品写真、価格を現地輸入通関の10日前には業者に情報として届ける
- 豪華なパッケージで、購入しやすい大きさを用意することが大切
  - 高級果実の購入はほぼ贈答用。タイでは「ふるまう」ことでステータスを上げる習慣がある。
- もちろん味、品質も期待を裏切らないように！

# 取引を継続する上で注意しているポイント

購入いただいているタイの富裕層からの信用を失わないように、徹底した品質管理を意識している。(米子青果のブランド維持)

## 輸送中の品質維持に関する様々なリスクを想定して、対策を打つことが重要

- 過去にタイ向け輸出でロスが多く発生し、利益が出ないだけでなく取引先やお客様からの信用を失いかけるといった経験をした
    - 収穫前の気象条件により商品そのものの出来が悪かった
    - 収穫後の温度管理に対する認識の甘さが原因
- 
- 収穫から最短時間で現地倉庫まで輸送（検疫を含め緻密な輸送スケジュール）
    - 遅れの少ない船会社を指定。Ship Scheduleで最速で仕向け地に着く港を選択
    - タイでは土曜～月曜が祝日になる事があり、連休を避けて到着日に通関手続きが出来る輸出スケジュールを組む

# 取引を継続する上で注意しているポイント

購入いただいているタイの富裕層からの信用を失わないように、徹底した品質管理を意識している。(米子青果のブランド維持)

- **商品温度を一定に保つ（選果場から仕向け地まで商品に温度変化を与えない）**
  - 選果後早いタイミングで冷蔵倉庫に入れ予冷。表温・芯温を出来るだけ下げる（芯温が2℃の果物は劣化しない）
  - 選果・梱包環境の温度管理の徹底と選果後に冷蔵貯蔵を行う
  - 産地と密に連携し、高価格で買っていただくお客様のことを考え、収穫条件等で輸送に耐えられないようなものは出さないといった危機感を共有。
  - リーファーコンテナの設定温度は2℃
- **最適な輸送手段・方法の選択**
  - リーファーコンテナでロスが出る場合、そもそも付加価値の高い高価格商品をロスリスクを背負った船便で販売単価を下げる必要はなく、品質維持が可能な航空便での輸送に切り替える
  - 高機能コンテナの活用、鮮度保持フィルムの活用、病害虫対策のための密閉された箱の仕様変更

# 今後の構想 ~輸出による地方農業振興、地域活性化

連携強化・拡大

×

差別化

- 鳥取県産だけでなく他県産も紹介し、トータルで取引先のニーズに応じていく
  - 他県産地との連携強化、国内輸出事業社と連携強化により商品集荷・提供力を上げる（各県の生産団体、新規輸出事業社の開拓）
- 中国、カナダ、アメリカ、ヨーロッパへの輸出実現
  - 新たな国内輸出事業社と連携
- 香港、台湾、東南アジアの既存輸出国で直接貿易の比率を上げる
  - ローカルの協力会社等との連携を強化
- 台湾・タイへの輸出強化
  - 現地の需要に応えるため、生産者と連携し輸入規制をクリアする取組み推進

# 今後の構想 ～輸出による地方農業振興、地域活性化

連携強化・拡大

×

差別化

- **鳥取県産野菜、果物の価値を見直し輸出品目に加えていく**
  - 地元生産者、出荷組合との連携強化
- **海外バイヤーにこれまでにない価値の提供**
  - 地方市場連携で実現できるサービスの構築
- **青果物輸出の弱点克服（輸出時のロスが利益を圧迫、青果物はシーズナルな商品ではない）**
  - 企業連携による鳥取県産青果物の特色を生かした加工食品の製造輸出
- **SDGsの観点から海外（国内含む）での果物の新たな販売手法に挑戦**
  - 他業種の企業と連携