

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

青果物輸出産地セミナー & マッチング in北海道 2023

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

小栗 史也

開催概要

セミナーにて北海道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。

← 8/30(水) 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

事業者間交流会



- 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

北海道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

本日の登壇者

- アグベル（生産：ぶどう）
- ノルデックス（生産：コメ・メロン）
- Wismettacフーズ（輸出）
- HAL GREEN（集荷・流通）
- 北海道エアポート・北海運輸（物流）

本日の参加商社

事業者名	主な輸出先国	事業者概要
Wismettacフーズ (輸出商社)	中国・香港・東南アジア等	小玉りんごをはじめ、多様な高品質国産青果物等を中国・香港・東南アジア等に輸出する商社。独自の外装箱(オリジナルブランド)等の工夫も評価が高い。
国分北海道 (北海道/輸出商社)	アジア、ヨーロッパ、北米等、 世界60カ国以上	全国の産品を世界中に輸出展開する国分グループ。北海道全域に商流網を持ち、道産食品を幅広く取扱う。道産原料を使用した商品開発にも注力。
プライム・ストリーム北海道 (輸出商社)	東南アジア等	道内だけでなくシンガポールなどアジアに拠点を置き、道産食品の輸出、市場調査やブランディングなど、東南アジアを中心に物流コーディネートを幅広く行う。
優勝 (輸出商社)	香港等	大阪を拠点に、香港中心に青果物の輸出を行う商社。産地・市場と連携した輸出強化を行っている。
北海道総合商事 (北海道/輸出商社)	香港・ベトナム・中国等	北海道銀行と業務提携し、スイーツ・水産物等の輸出を推進。北見産の玉ねぎの輸出を2年間で24倍に拡大した実績あり。
世界市場 (輸出商社)	香港・台湾等	輸出を通じて、環太平洋地域を日本の農産物商圏にすることを目指す。今年度からはGFPの枠組みの中で、複数のグローバル産地形成に着手。
SS GLOBAL (北海道/地域商社) *後日オンライン商談	シンガポール、香港、 台湾等	ライブコマースを通じた輸出やシンガポールでの北海道フェアへの出展等、新千歳空港を活用した道産品の高頻度航空輸送スキームも確立。

「セミナー&マッチング」と「海外バイヤー招へい」の連携

今年度は、アクセンチュア・ABCスタイルで連携した上で、海外バイヤーの招へいと連動。生産者・商社・海外バイヤーのマッチング・チーム作りをきめ細やかに行う。

2022年度

セミナー& マッチング

- 6地域で青果物生産者×輸出商社のマッチング及び輸出セミナー・交流会を実施
 - 北海道・南九州・東北・(全国版オンライン)・関西・九州北部
- 合計約300商談・約3億の成約見込・青果物輸出の全国的な気運向上に貢献

連携

海外バイヤー 招へい

2023年度

- 四国を加えた6地域で引き続き生産者×輸出商社のマッチング及び輸出セミナー・交流会を実施
 - 可能な場合海外バイヤーも同席
 - 1on1商談+グループ商談
 - 青果加工品マッチング・物流課題解消も
-
- 北海道(帯広)・関東(山梨)・南九州(鹿児島)・関西(大阪)に有力な海外バイヤーを招へいし、試食会&商談を実施
 - 野菜は食べ方・メニューを訴求
 - 国内商社とセットで招へいする事で、商談後のスムーズな商流・物流構築に繋げる

青果物輸出チームの組成 → 他の日青協事業・GFP事業でのプロモーション・テスト輸出

「セミナー&マッチング」と「海外バイヤー招へい」の連携

日本産青果物の取り扱いに積極的な海外バイヤーを招聘し、産地にて新たな食
べ方・提案に繋がる試食交流会、成約に繋がる有望な産地への視察を実施。

セミナー & マッチング

初アクションに繋がる講演・マッチング



- 先進事業者(産地/商社)が、輸出の意義や産地形成の取組、品目/地域別の特性等を講演
- 各地域の産地と有力な商社・海外バイヤーとの商談を実施

海外バイヤーを交えた 試食交流会

シェフと連携した新たな“食べ方提案”



- 各地域の“旬”の産品を試食で提供し、海外バイヤーと産地の交流・意見交換の機会を創出
- シェフと連携し、新たなメニューを検討・提供。試食を通じて現地での新たな食べ方を提案

青果物輸出産地ツアー (前後の日程)

産地理解・成約に繋がる視察ツアー



- 生産現場や圃場の視察、産地によるプレゼンを通して海外バイヤーに価値を訴求
- 国内の流通事業者にも参加いただき、産地での試食・商談を通じて成約に結び付ける

青果物輸出に関する現状認識

- オールジャパンでの精力的な取組を通じて、青果物輸出は継続的に拡大基調（2022年：前年比+19.2%、2023年1~5月：前年比+17.7%）
- ただし、日系小売（特に香港・シンガポール）中心の輸出には頭打ち感が出てきており、もう一段階の輸出拡大を図る上では、今が“**青果物輸出2.0**”に向けたターニングポイント
- 新規輸出先国の開拓（前提となる輸出規制緩和含む）・新規販売チャネルの開拓・大ロット輸出産地の拡大・大ロット輸出に資する輸出チームづくり、が急務
- **【輸出先国】**タイ・マレーシア・北米の優先度・ポテンシャルが高い。中東・ベトナム（規制緩和も必要）への種まきも並行。台湾も農薬規制はあるが、ポテンシャルは残る市場
- **【販売チャネル】**各国のローカル小売との関係性強化が必要→日本産定常棚・新規チャレンジ棚・地域ブランド棚の設置を促したい。スイーツ・外食店での日本産活用拡大・有望メニュー検討も重要（海外&日本シェフ連携）。ライブコマース・EC・団体購買も有望
- **【輸出産地】**昨年度、意欲の高い産地・生産者様との連携を拡充。今後は、各地域の意欲の高い生産者の皆様を中心として、周辺生産者を巻き込んだ輸出産地形成が必要。青果加工品の商品開発も合わせて行うことが重要

最新の輸出産地づくりのキーワード ~青果物

生産・加工

加工・流通

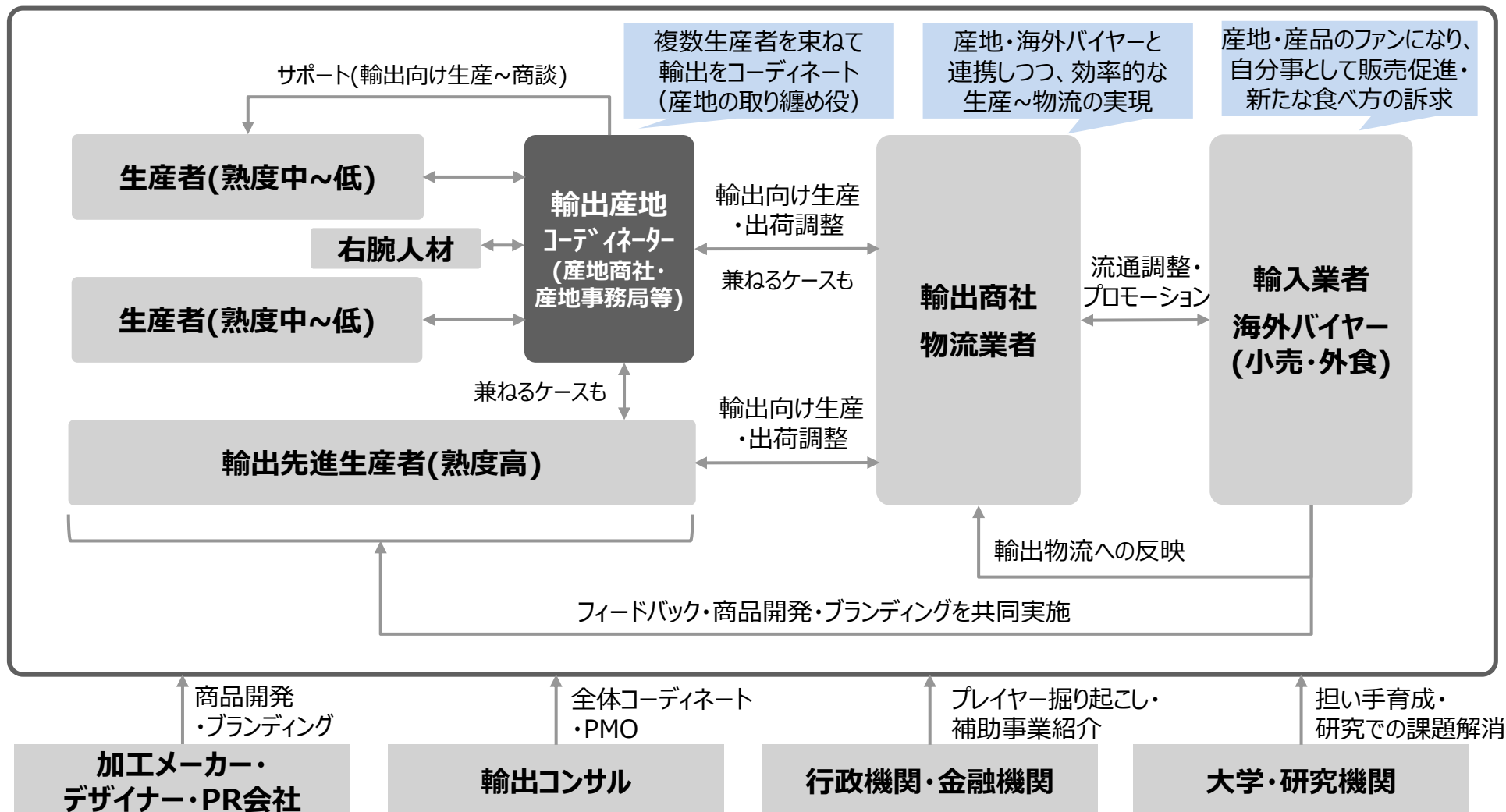
販売

生産者～商社～物流業者～海外バイヤーを含めた一気通関での輸出チームづくり

- 複数生産者を束ねる“輸出産地コーディネーター”・右腕人材の雇用を通じた産地づくり拡大
- 海外市場を狙った輸出向け生産(サイズ・防除体系・酸味の少なさ・有機・固さ・賞味期限等)
- 国内他産地での生産拡大・他生産者との産地間連携を通じたリレー出荷
- 地域のメーカーと連携した、規格外品を活用できる青果加工品製造(冷凍等の一次加工含む)
- 地方港湾・卸売市場を活用した効率的な物流ルート構築(2024年問題も視野)
- 段ボール強化・one wayパレット活用/統一規格化等を通じた輸出物流効率化
- 贈答需要・外食/中食需要拡大に向けた食べ方提案
 - 青果物は小売店での“一本足”からの脱却が必要
- 他国産との差別化・日本産ファン化を通じたローカル販路拡大
 - 大手小売チェーン・大手外食チェーンとの連携・売り場単位での提案が重要

輸出産地づくりにおける“チームづくり”の重要性

海外バイヤーを含めたチームづくりを行いつつ、大ロット安定供給に向けて、生産者を束ねる“輸出産地コーディネーター”の存在や行政機関との連携が重要。



生産者を束ねる“輸出産地コーディネーター”の役割

ご参加の皆様には是非産地の取り纏め役・コーディネート役を担って頂きたい。

- 輸出先進生産者・有力な流通/集荷事業者・地域商社等が担うケースが多い
- 生産者の“目利き・一本釣り”を行い、輸出に向けた防除体系導入・GAP取得・輸出向け生産・販路開拓サポートを実施
 - 生産者の掘り起こしは行政機関との連携も効果的
- 生産者と販売先（国内販売先及び輸出向け販売先）の間の商流に入る形で、バイヤーに複数品目を取りまとめて提案・規格/価格を調整
- 輸出に向けてハードルとなる、検疫対応・物流ルート構築等に関して他の生産者を重点的にサポート
- 束ねている生産者を熟度別のグループに分けて、生産指導・輸出先国の振り分け等を行うケースも見られる

道産青果物の輸出拡大に向けたポイント

全体

- 北海道ブランド＋道内地域別のストーリー訴求・インバウンドとの連携
- 道内商社/道外商社それぞれの強みを生かした大ロット/小ロット混載の輸出チームづくり
- 2024年問題を見据えた新千歳空港/道内港湾/JR貨物の活用パターンの明確化

青果物

- 道産野菜の大ロット輸出に向けた海外ローカル販路の拡大・強みが活きる食べ方提案（ながいも・たまねぎ＋かぼちゃ・にんじん・にんにく・じゃがいも・キャベツ等）
- アスパラガス・とうもろこし等の航空輸送ルートの確立・高付加価値販売に向けたブランディング
- 生産拡大が進むかんしょ等の鮮度保持・輸出手法の確立（収穫時～キュアリング）
- 青果物加工品・フードテック・スマート農業等の食のイノベーション創出（産学官連携）

十勝・帯広・道東エリアのポテンシャル

- 青果物(特に野菜)・スイーツ・水産物(ホタテ・うに・いくら等)・畜産物等海外ニーズの高い品目が多く、大ロット生産・輸出が可能な“日本の食料基地”
 - 青果物は、JA川西・大正・十勝清水をはじめとしてJAが積極的に輸出を牽引（ながいも・たまねぎ・かぼちゃ・にんにく・にんじん・ゆり根・スイートコーン等）
 - スイーツは複数メーカーが連携した“スイーツクラスター”での取組が有望
- ブランドが確立している“北海道”に上乗せするブランドとして、“十勝”ブランドで更なる相乗効果が期待できる
- 北海道ホテルを拠点とした海外バイヤーの招へい・インバウンド連携・海外向けメニュー開発等に期待
- 十勝・帯広エリアとして、青果加工品・フードテックをはじめとした食のイノベーション拠点化、“サウナ飯”としてのプロモーション等も有望

道産野菜を活用したメニュー提案

道産野菜の輸出拡大に向けては、ローカルシェフと連携して日本産の強みが活きる現地メニューへの活用・試食と生産者による産地ストーリーのプレゼンを実施。

GFPシンガポールイベントでの提供メニュー(2/9)



- 現地ローカルシェフと連携した上で、日本産野菜の強みが活きるメニュー(イタリアン・中華料理)を共創・提供：カルパッチョサラダ、话梅小番茄、四川泡大根、鍋メニュー等
- 日本の生産者・商社によるプレゼンを通じて産地ストーリーを訴求：ローカルバイヤー・レストランシェフからは多くの引き合いを頂き、今後の輸出拡大に繋げる
- シンガポールではサラダ店やヴィーガンレストランが拡大しており、販路拡大の好機

道内からの輸出物流に係る全般的な課題

道内からの輸出物流構築に向けては、広大な面積等を背景とした道内物流の課題や、長時間の海上輸送等が課題として指摘されている。

輸出品目の多様化 (特に航空輸送)

▶ 特に航空輸出で品目が少なく(ホタテ・メロン等)、各品目が落ち込んだ際のリスクが大

道内物流コスト・ 輸送手段の改善

▶ 港湾・空港(・集荷拠点)への陸送距離が長く、また道内のトラック確保も年々難化

コールドチェーンの 確保

▶ 港湾・空港近辺の冷蔵(冷凍)倉庫が不足、また上屋等で産品が日差しに晒されるケース有

長時間輸送に 堪える鮮度維持

▶ 道内港湾からの便は船足が長く、メロン等青果物の海上輸送は鮮度維持が困難

新千歳空港の活用拡大に向けて

一般的な航空輸出

パターン	具体例
鮮度重要(賞味期限短) ×高単価品目の輸出	- メロン・スイートコーンの輸出 - 鮮魚・活貝活魚の輸出 - 牛乳・チルド牛肉の輸出
短納期の販売チャネル 向けの輸出	- ライブコマース - 越境EC
小ロット輸出 (ロット拡大が困難)	- 輸出スタートアップの輸出 - テスト・サンプル輸出
非定期輸出	- スポットの追加注文対応 - イベント・フェア向け輸出
遠距離・内陸国 (都市) 向けの輸出	- 欧米向け - ポーランド等の東欧向け



新千歳空港の輸出

新千歳(北海道)の特徴	取組の方向性
道産主要品目(水産・牛肉等)の多くが航空有望品目	新千歳空港利用拡大の軸として有望品目の選定・商流構築
海外のファンが多く、ライブコマース等に有利	
- 全国最大の農水産物生産エリアだが、輸出品目に偏りがある - 大規模生産者が大手商社と繋がる一方、輸出予備軍・スタートアップも多く存在	輸出スタートアップのファーストステップ、イベント・サンプル輸送等の商流開拓で活用等、海上輸出の補完的役割
- 直行便は限定的だが、羽田空港への接続は良好(フライト時間) - 輸出実績は限定的	道産品ブランドの認知拡大等、ネクストマーケットとして準備

道内港湾の活用拡大に向けて

既存の小口混載事業の活用に向けた議論から、荷量の確保を安定化・必要なインフラを整備するための事業者間連携を促進。

小口混載支援事業の活用を端緒とした事業者間の連携の推進

活用港	苫小牧港
品目	ホタテ・野菜・コメ・冷凍食品・牛乳/乳製品
方向性	- 小口混載事業の利用拡大促進 ➤ PR強化、事業者ネットワークの構築等 - 商社の育成・試験的輸出に向けた支援(PR補助等) - 輸出量を考慮した冷凍/冷蔵倉庫の更なる拡充 - 港湾までのサテライト拠点設置等、道内物流の効率化