

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 山梨 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

セミナーにて関東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。

10/11(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

- 国産青果物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

関東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

- 農林水産省 園芸作物課
- アグベル（生産：ぶどう）
- ふしちゃんファーム（生産：有機野菜・有機いちご）
- 静岡県農業協同組合クラウンメロン支所（生産：メロン）
- アライドコーポレーション（輸出）
- 静岡VF（卸売業者：静岡市中央卸売市場）

本日の参加商社

- アライドコーポレーション（タイ・香港・シンガポール・台湾等）
- 九州農水産物直販（香港・シンガポール・タイ）
- 世界市場（香港・台湾等）
- 商田実業（台湾）
- JALUX（タイ）
- 祖峰企画（香港・シンガポール）

「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継続取組を通じて、青果物輸出は継続的に拡大基調（2022年：前年比+19.2%、2023年1～8月：前年比+8.3%）
- ただし、日系小売（特に香港：処理水問題も間接影響）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・大ロット輸出に資する輸出チームづくり、が急務
- 昨年度、意欲の高い生産者×有力商社とのマッチングを実施。今年度は、各地域の先進生産者を中心として、周辺生産者を巻き込んだ輸出産地づくりを加速したい。青果加工品の開発も合わせて行うことが重要
 - 鮮度保持技術活用・包材規格統一・卸売市場連携・地方港湾活用を含めた青果物の最適物流ルート構築も鍵

青果物輸出拡大の方向性

- **【主な有望品目】**桃・メロン・シャインマスカット・いちご・ゆず：海外ニーズが高く、他国産とも差別化可。かんきつ：多様な品種×贈答用需要にポテンシャル
 - 野菜では、さつまいも・ながいも・重量野菜（キャベツ・かぼちゃ・大根等）も堅調：焼き芋・鍋メニュー等。更なるメニュー拡大・業務用提案が鍵
 - 同時に新規品目のテストマーケ・丁寧な訴求・有望性見極めも並行すべき
- **【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。台湾も残留農薬規制は厳しいが、ローカル小売・台中/台南に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）

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

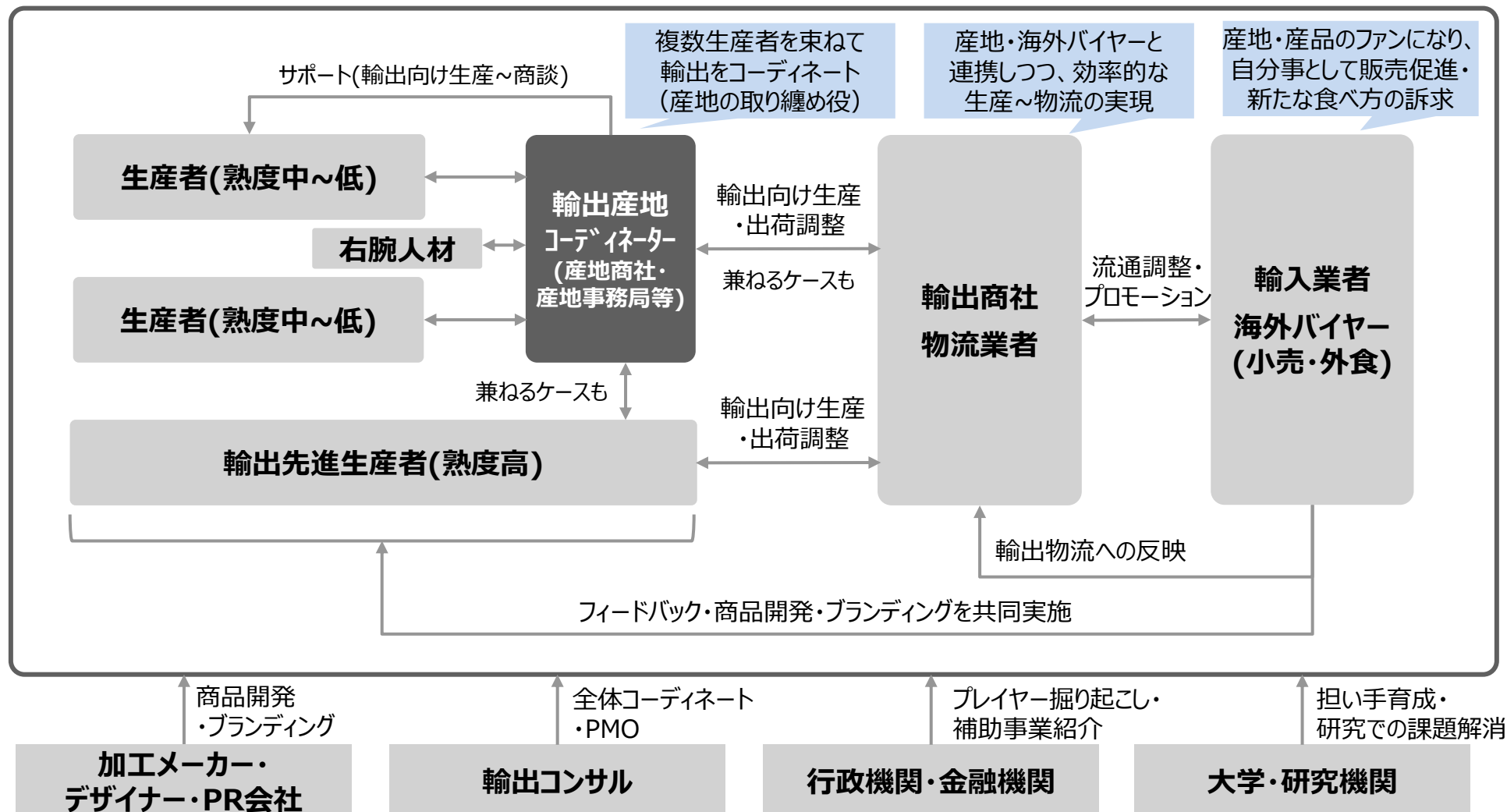
販売

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

輸出産地における“チームづくり” ~ネイバーフッド

他の生産者・メーカーと連携した輸出・加工品開発を推進。

輸出産地形成



- 他の生産者・産地のかんきつ類を収集し、共同輸出することでロット拡大・輸送費低減
- 産地全体で売り先を増やすことで、輸出に対するモチベーションを共有・向上
- 連携農家17件 法人2件（宮崎・熊本・福岡・長崎）

加工品開発



- 近隣地域を中心とした企業・団体とのコラボレーションによって2次産品開発に成功
- 賞味期限が長く、輸出の増加に大きな助けとなる
- 規格外品を活用できる「まる搾りみかんジュース」は国内外で高い評価を獲得