

ネットGFP超会議

“マーケットイン”で切り開く
輸出の未来

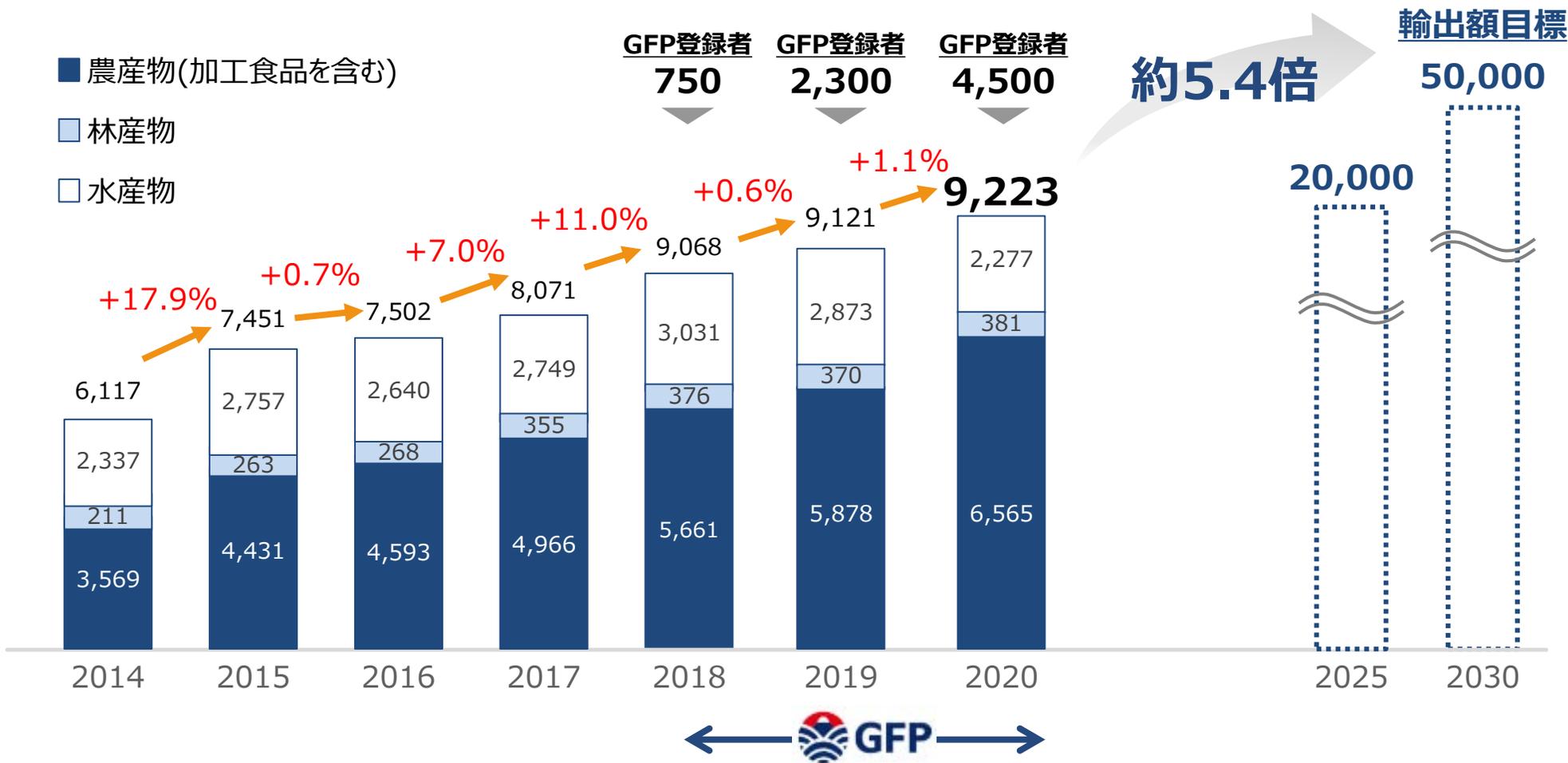
 **accenture**strategy

小栗 史也

輸出の現状

コロナ影響下でも輸出額は順調に拡大しているが、「5兆円目標」の達成に向けて海外市場が求める“マーケットイン”での生産・輸出拡大が必要。

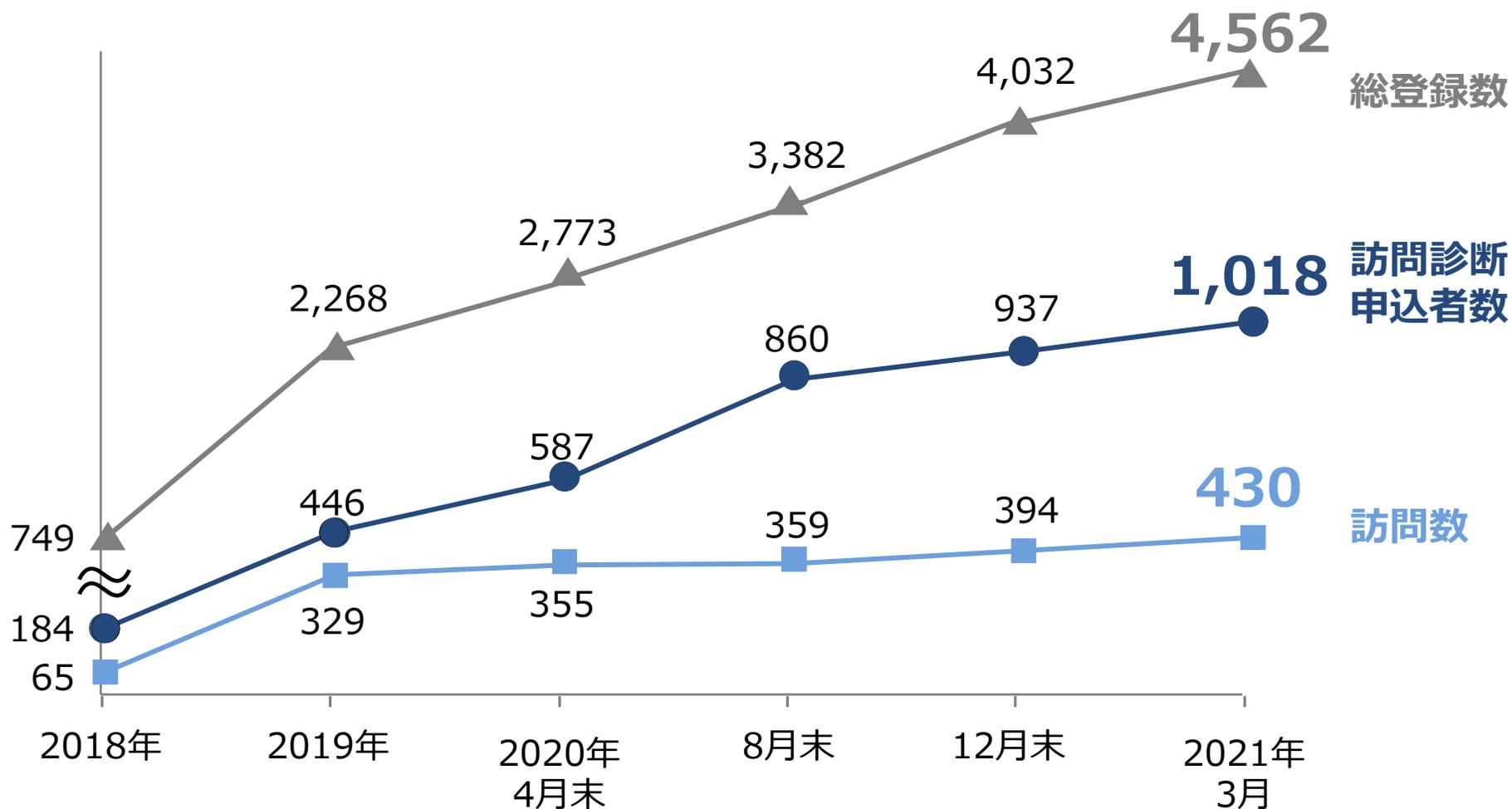
農林水産物・食品の輸出額 (単位：億円)



GFPの登録状況

2018年8月のGFP発足以降、全国の輸出意欲の高い事業者の皆様にご登録頂き、GFPコミュニティは拡大を継続しており、4,500社に到達。

登録件数の推移



GFPの取組実績（概要）

	KPI	内容
GFPコミュニティ (4,562社)	輸出診断・ BPマッチング	430件 (訪問) 29件 <ul style="list-style-type: none">コロナ影響下でもオンラインを活用した訪問診断を継続訪問診断後のフォローアップとして、個々の課題解決に適切なGFP専門家(=ビジネスパートナー)をマッチング
	ネットワーキング イベント (GFP超会議等)	8回 <ul style="list-style-type: none">各地域の輸出意欲の高い生産者・商社の登壇・ワークショップ等を通じたネットワーキングを核としたイベント開催直近では、リアルでのイベントが困難な中、Zoomを活用したオンラインによるセミナー・交流会を開催
	ビジネスマッチング・ 輸出塾	6回 <ul style="list-style-type: none">GFPメンバーの生産者・メーカー⇔商社・バイヤーとのビジネスマッチング（商談）の機会を創出輸出の実践知識を身につけ、商談に繋げる輸出塾も開催
	プレーヤー/商品 “見える化”・ 優良事例発信	134件 (デジタルカタログ) <ul style="list-style-type: none">訪問診断を受けたGFPメンバーを対象に国内外の商談で活用できるデジタルカタログ(日本語・英語)を作成GFP優良事例集も作成・情報発信/横展開を実施
	輸出検討会・ 産地間連携部会	11回 <ul style="list-style-type: none">事業者間の情報連携・輸出課題の整理・解消を目的とした、グローバル産地連携部会、輸出商社部会、加工食品部会、コールドチェーン勉強会等を開催
	グローバル産地	63件 <ul style="list-style-type: none">輸出向けの産地形成を目指す「グローバル産地計画」を策定した上で、各産地において取組を推進GFPメニューを活用した計画策定・取組サポートを実施

(参考) GFP超会議 in Tokyo (2019/3/16開催)

GFPのキックオフイベントを開催してから、本日が丁度2年目の節目。これまでに、多くのGFPメンバーに様々なご協力を頂いたことに感謝したい。



“マーケットイン”での輸出拡大のヒント

- “**現地系チャネル**”のニーズを踏まえた販路開拓
- ミドル層を狙った競合比“**1.5倍以内**”の価格帯
- 現地消費者の食生活・嗜好性のトレンド深掘り
 (“ターゲット消費者像 (**ペルソナ**) ”の描画)
- 食による“**体験価値**”創造に向けた**ブランドストーリー**

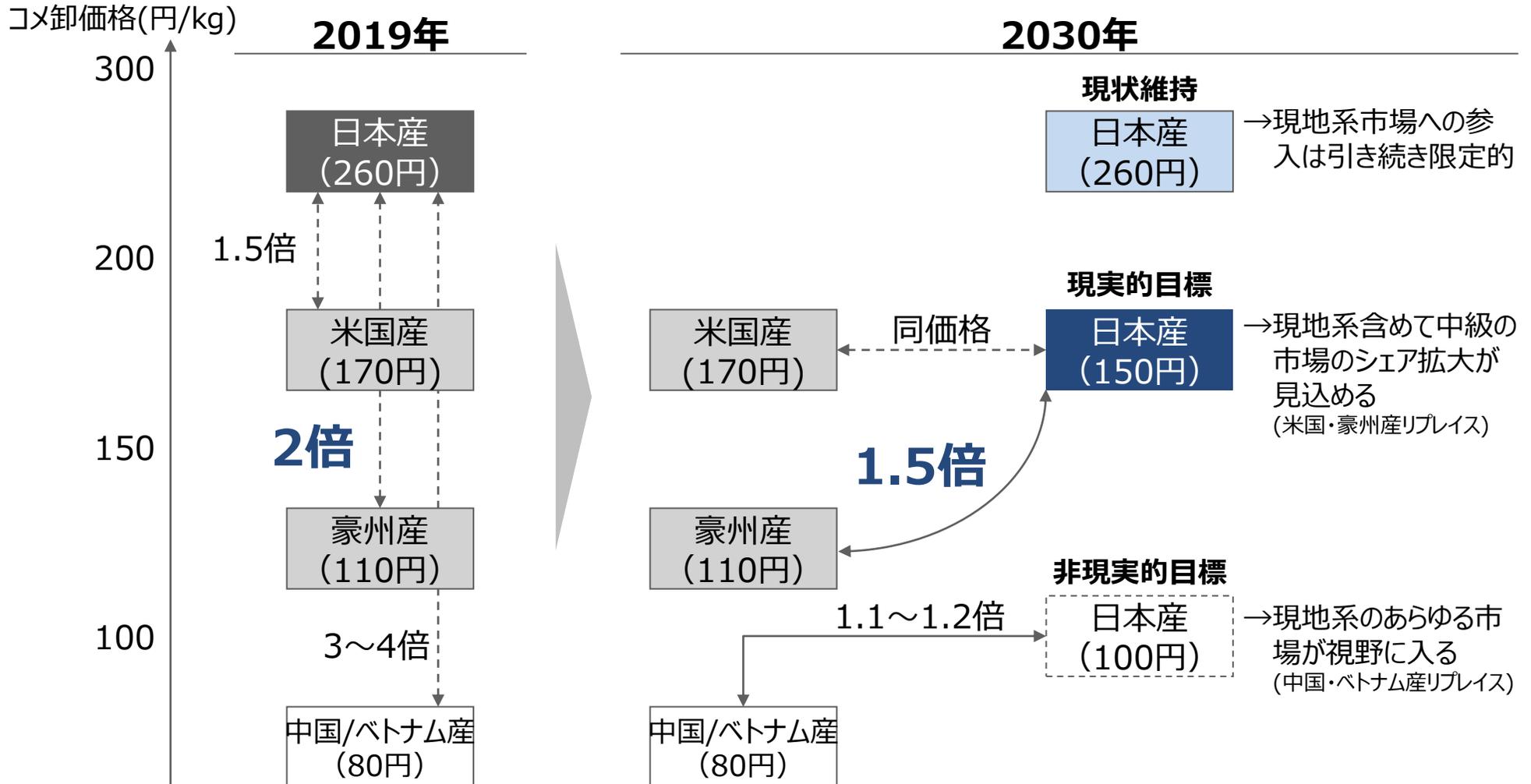
“現地系チャンネル”の販路開拓

海外での販売先としては、店舗数・市場規模が大きい“現地系チャンネル(小売・外食)”の販路を開拓し、大ロット輸出を目指すことが必要。



競合比“1.5倍以内”の価格（例：香港コメ輸出）

現地系チャネルのミドル層をターゲットとする上では、品質・ブランド等での優位性に加えて、競合比1.5倍以内の価格帯を実現することがポイント。



現地系チャネルの小売例 ~中国

ハイエンド小売であるOle'・中国でも店舗拡大予定のCostco・アリババグループのフーマーフレッシュ・Tmall等と連携した販路開拓が有望。

Ole'



- 輸入商品を専門に扱う高級スーパー(約52店舗)で、日本産品も多く取り扱い

盒馬鮮生(フーマーフレッシュ)



- EC最大手アリババグループが出資するスーパー
- 実店舗も存在するが、アプリからも注文ができ、30分以内に配達

Costco



- 現在は上海1店のみだが、今後上海や蘇州にも開店予定、華東地区中心に展開中
- イトインでは日本食を多く提供しており人気

Tmall / Tmall Global



(後ほどご講演)

現地系チャンネルの小売例 ~香港・シンガポール

アジア圏で店舗数を急速に拡大しているDonDonDonkiは、GFPとも連携させて頂き、日本産生鮮品・加工食品を積極的に取り扱っている。

DonDonDonki (PPIH)



(後ほどご講演)

Dairy Farm Group



- シンガポール小売Cold Storageでは、日本産品の売場が拡大し、Japanフェアも実施
- 香港小売Wellcomeでも、日本製菓子・調味料等の取り扱いを開始

City'super



- 上海・香港に展開し、世界各地からの輸入品を販売しており、日本産品の割合は高い

NTUC FairPrice



- 系列のFair Price Finest/Extraはハイエンド層向けで、輸入食品の品揃えに定評
- 多様な業態を保有し、中食での日本産利用も含めた可能性

現地系チャネルの小売例 ~米国

ミドル層以上を主な顧客層としている、Kroger・Wegman's・WholeFoods・Costco等は商品力・ストーリー次第で販路開拓が可能。

Kroger



- 2,700店舗以上展開し、売上の30%超がPB商品（「Our Brand」）により構成
- アジアを含む輸入食品の棚を設置

Wegman's



- ニューヨークを中心に76店舗を展開。レストラン設置など高級志向の部分がある一方、まとめ買い等の安価な商品も販売し、幅広い層を集客

WholeFoods



- 約500店舗を展開しているハイエンド食品店。サステナブル・オーガニック・健康志向をコンセプトとした商品ラインナップが充実

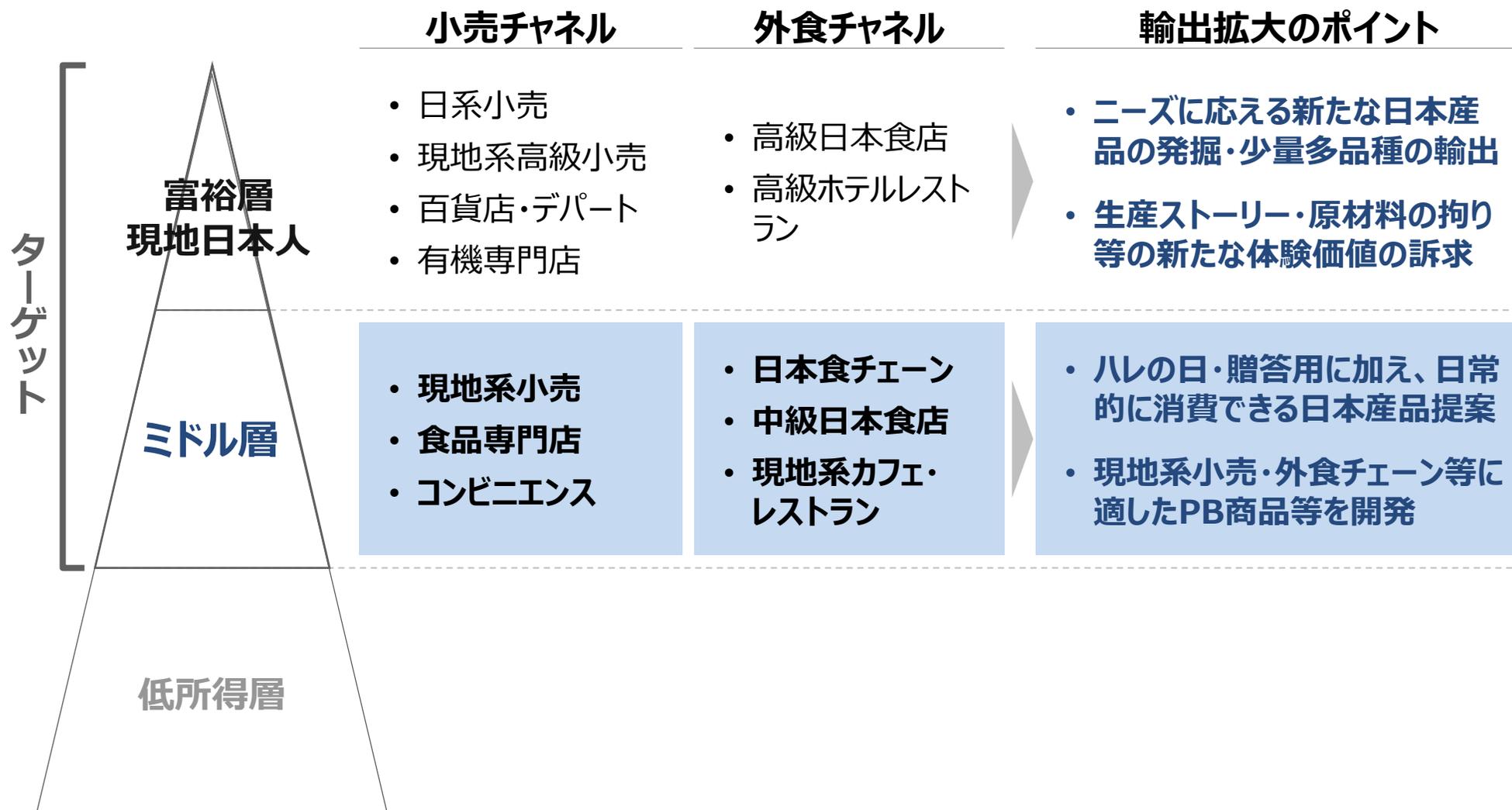
Costco



- 米国に783店舗展開。バルク型の商品販売形態をとっており、輸入品も多く取り扱い
- 日系加工食品メーカーの商品展開も見られる

現地ミドル層のニーズ把握・需要開拓

大ロットでの輸出を目指す上では、富裕層・現地日本人だけでなく、現地ミドル層のニーズ・食嗜好を把握し、需要を開拓できるかがポイント。



コロナ下での現地消費者トレンド (“ペルソナ”のキーワード)

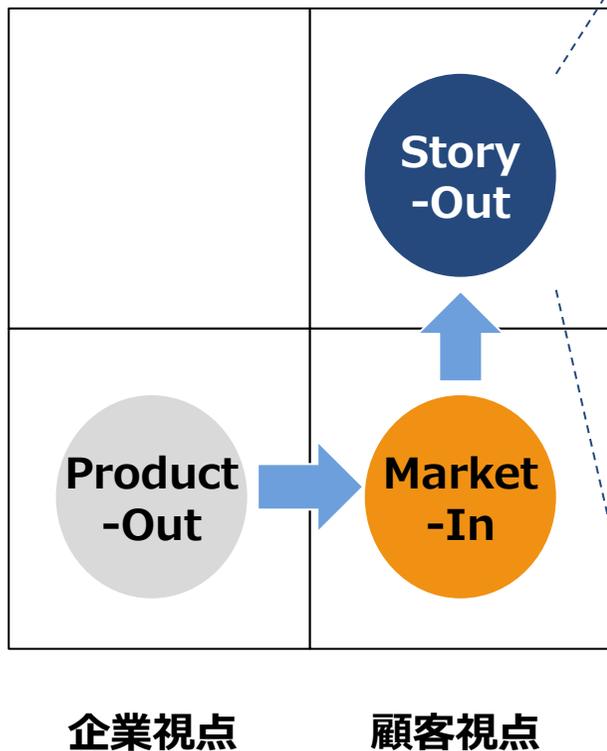
- ① “**疑似訪日体験**”が楽しめる日本産品ニーズ(フレーバー・ご当地商品等)
- ② **インスタント食品**の多様化・Stay home下で**調理を楽しむ食品**ニーズ
- ③ 各国共通での**食品EC・テイクアウト・デリバリー**の利用加速
- ④ “**ミレニアル世代・Z世代**”の**健康需要**の更なる高まり・**体験価値**の重視
- ⑤ 中食・小売向けの**RTE/RTC**商品での“**日本食**”そのものの輸出可能性
(冷凍食品・半製品・ミールキット等)
- ⑥ ジャパンブランドを活かした、**ギフト/“ハレの日”/団体購買**(中国)の需要
- ⑦ **サステイナブル**な食品への関心拡大 (**代替タンパク質・エコ包材**等)

“体験価値創造”に向けたブランドストーリー

現地消費者の「体験価値(共感・感動)」を生む上では、ブランドストーリー中心のマーケティング (“Story Out”) への転換を図ることが重要。

コト(体験)機軸

モノ機軸



“Story Out”

Story
(ストーリー)

Scene
(体験価値)

Share
(協働)

Smart
(顧客接点)

進化のポイント

- ✓ スペックや機能訴求ではなく、一連の「顧客体験」のストーリーを価値の基軸に日本産品を提案
- ✓ マーケティングストーリーに基づき顧客の消費シーン（体験）にまで顧客価値を落とし込み
- ✓ 「ユーザーとの交流・協働」や「ユーザー同士の交流による情報の自動的拡散」を通じて共感を醸成
- ✓ オンライン・オフラインを一体化した、統合的・連続的な販売チャネル・プロモーション

本日のネットGFP超会議の主旨

- 各国の主要な海外バイヤー様から最新の現地ニーズを共有頂き、皆様の輸出のヒントとして頂きたい！
 - 今後、海外バイヤー様との商談機会にも繋げていきます！
- “マーケットイン”での輸出取組を進めている事業者様の取組を通じて、皆様の輸出取組の参考にして頂きたい！
- 物流・保険等輸出に必要なサービスを知る機会にして頂きたい！



Digital GFP

“輸出を止めないDigital GFP”として、
オンライン商談会・現地情報の発信に注力！

■ “マーケットイン”でのロシア輸出取組

センコン物流株式会社

クルハチョク クリスティーナ

企業概要（センコン物流株式会社）

現地パートナーと連携の上、ロシア・ベトナム・中華圏向けで独自ルートでの輸出商流を構築。

事業概要・輸出の経緯

- 2000年前後から、日本からロシアへの輸出事業を積極的に展開
- 2011年以降、宮城県や農水省の補助事業を活用し、ベトナム・マカオへも輸出事業を拡大。
- 近年中国へのネットワークも拡大し、食品活用レシピやその他ノベルティ等、付加価値を付けた物流を実現

主な取引先

- ロシアでは、現地パートナーが運営している常設店を中心に日本食専売直営店、レストラン、ECサイト等幅広く取引先に輸出。その他中国の外食店・小売店にも展開



現地パートナー運営の常設店でのテストマーケティング

ロシアの現地パートナー運営店に日本産品を並べ、実際に購入されるか把握。試食会なども企画し、消費者の声も収集。

常設店での現地ニーズの把握・テストマーケ



- 現地消費者の声を把握するため、ロシアの現地パートナー運営の常設店で日本産品を試験販売
- 試食会なども定期的に行われ、味・食感等の評価を踏まえて輸出産品を選定

展示会・イベントでのプロモーション

センコン物流が代理店となり、現地で行われる展示会やイベント等に出展し、商品のプロモーションやヒアリングなどを実施。

現地展示会等での積極的なプロモーション



ショッピングモールでの販促イベント

現地系ショッピングモールの日本フェア等に参加し、日本産品（加工食品）を地元消費者にプロモーション。

現地系ショッピングモールで日本産品をPR



- 現地系のショッピングモールにおいて、加工食品のPRを実施
- 購入される産品や消費者とのコミュニケーションから現地のニーズを把握

外食店への日本産品提案・メニュー提案

現地レストランのシェフのニーズを踏まえて調味料の提案を実施。
現地消費者に好まれる日本産品の調理法・食べ方等を模索。

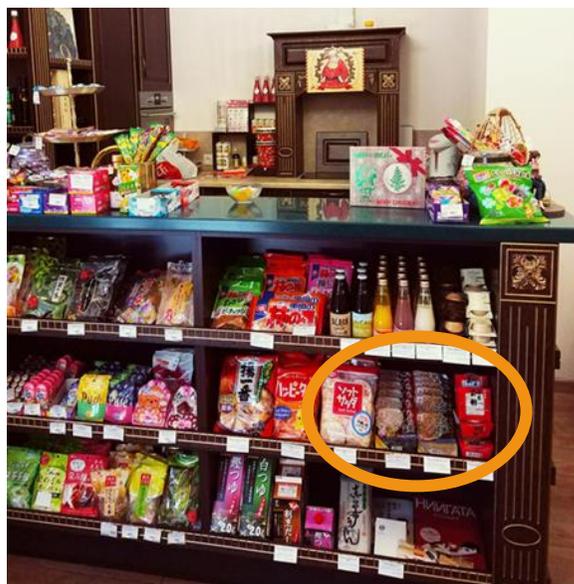
現地レストランシェフへのメニュー提案



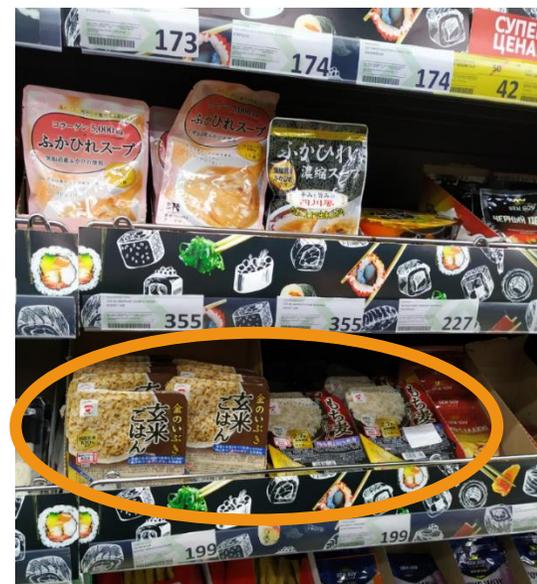
現地スーパー向け販路拡大

ロシアの現地パートナー運営店での試験販売結果を受け、現地に好まれる商品を把握し、現地スーパーに提案・販売を実現。

テストマーケティング結果に基づく現地スーパー向け販路拡大



- 玄米パックを店舗にて試験販売し、プロモーションを実施



- 試験販売結果を踏まえて、現地スーパーへ提案・販売を実現

■ “マーケットイン”での輸出取組事例

株式会社萌す
代表取締役社長・CEO

後藤 大輔

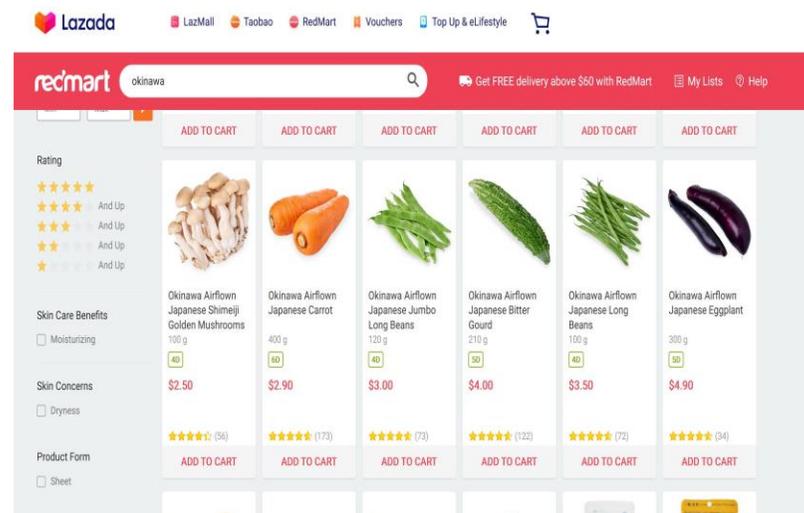
企業概要（株式会社萌す）

沖縄県産品を中心にシンガポール・台湾・香港等に輸出。シンガポール大手EC「RedMart」の日本総代理店を務める。

事業内容

- シンガポールのレストラン等向けに沖縄県産鮮魚・畜産物・加工食品を輸出
- 台湾・香港にも輸出を拡大
 - 現地系商流に強い販路を有する

主要取引先(RedMart)

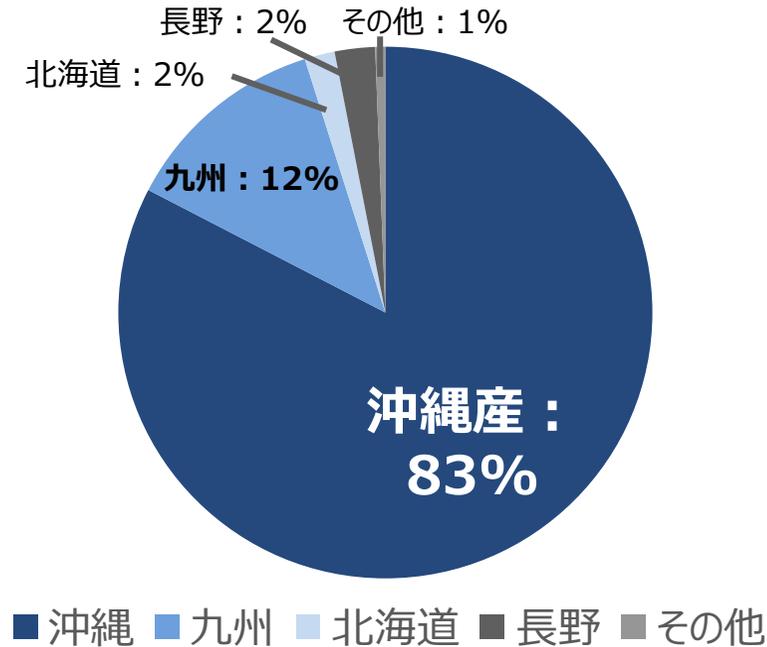


- シンガポール国民の70%が利用する大手ネットスーパー
- シンガポールでは生鮮品を含む食品のネット購入が多い

RedMartと連携した日本産品輸出（野菜）

従来シンガポールで少なかった在宅調理の増加により、特に生鮮物流を継続している日本産野菜の需要が拡大。

日本産野菜の需要拡大



RedMart向け野菜納品産地

- シンガポールは海外輸入が主流
 - 日常的に販売されていた南アフリカやチリ産の青果物の欠品
- アジア地域の近隣にあたる沖縄を中心に日本産野菜の取扱増加

RedMartと連携した日本産品輸出（加工食品）

コロナ禍で海外を体感できる菓子・加工食品等の需要が増加。
日本産品や沖縄などのご当地限定商品のニーズが高まる。

日本のご当地商品で訪日気分を体感



- 日本産品菓子・加工食品の取扱が増加
 - 渡航できない代わりに、ご当地商品の要望が増加
 - 特に沖縄産土産のニーズが高まる

シンガポール現地系小売への販路開拓

製菓の材料等を扱うREDMANと連携し、コロナ禍においても家族とお家時間を楽しく過ごすミックス粉等が売上を創出。

REDMANとの連携



- 製菓の材料等を扱うREDMANと連携
- コロナ禍でお家時間が増えたことで、簡単に調理できるミックス粉等が人気
- ホテル・カフェにも業務用商品を展開しているため、シンガポール在住者だけでなく、旅行客にもアプローチ可能

現地バイヤーと連携した和牛プロモーション

台湾の牛肉バイヤーと連携して、台湾人に向けてLive配信を活用した和牛プロモーションをすることで、コロナ禍でも売上が増加。

現地バイヤーと連携したライブコマース



- インフルエンサーでもある現地バイヤーと組んでLive配信
- コロナの影響で日本に旅行ができない台湾人からのSNSアクセス数が増加
- 3時間のLive配信で前沢牛521キロが完売し、1~3月の配信で和牛を3トン販売

現地バイヤーとのネットワーク構築

家族ぐるみでの交流等を通して、現地バイヤーと密な関係性を構築し、“マーケットイン”での輸出取引に結びつけている。

現地バイヤーとの関係性構築



- 中華圏ではプライベートな場で信頼関係を構築し、ビジネスが始まるケースも多いため、家族ぐるみでも交流
- 現地に通い、人脈の相関を掴むことで、現地大学内での食堂での食材提供や、航空機メーカーの社員食堂との取引に繋がる

海外目線の把握に向けた留学生の受入れ

日本の漁業に関心のある留学生を受入れ、自社で働いてもらうことで、海外目線も把握しつつ、日本製品のファンの創出を図る。

留学生を受入れて日本製品ファンを創出

- 大学のゼミで魚の研究している留学生をバイトとして自社で受入れ
- 日本製品ファンの創出を図り、自国に戻った後も継続的に購入してもらうリピーター創出を狙う

■ “マーケットイン”での乾麺輸出取組

東亜食品工業株式会社
代表取締役社長

井上 位一郎

企業概要（東亜食品工業株式会社）

輸出に早くから着手し、現在は米国中心に30以上の国・地域に輸出実績を保有し、海外販売比率は10%以上。

米国中心に30以上の国・地域に輸出実績



- 日本一の乾麺生産地である兵庫県播州地方で乾麺の製造販売を実施
- 日本の商社からの依頼で1970年頃からアメリカ西海岸の日系スーパーにソーメンとうどんを販売開始
- 海外輸出に積極的に取り組み、現在の海外販売比率は10%超

“マーケットイン”での輸出向け認証取得

米国輸出で求められる食品安全認証に加え、アジア・北米市場を狙ったハラール・コーシャ認証を取得。

食品安全対応・ハラール・コーシャ認証取得

国産原料  ぜいたく茶そば(国産) 200g



国内産原料を使用し、抹茶の香りがぜいたくな味わいを造り上げました。

重量(g)/入数：200/20×2
1C/S総重量(kg)：8.5
賞味期間：1年6ヶ月
商品コード：1395
袋サイズ(mm)：230×85×10
ケースサイズ(mm)：336×236×160
標準小売価格：300円(税抜)

G-TIN:2-4904603-113955



ハラール認証取得
(日本アジアハラール協会)



- 乾麺メーカー第1号となるHACCP認証を取得し、米国：FDAに施設登録。ISO22000、FSSC22000認証も取得
- アジア圏で拡大するムスリム市場をターゲットにハラール認証を取得
- コーシャ認証を取得し、イスラエルだけでなく北米での販路拡大を目指す

海外の健康志向層向け商品開発

ムスリム・ベジタリアン等の健康志向層をターゲットとした、アニマルフリー・グルテンフリー商品・ベビーフード乾麺を開発。

アニマルフリー・グルテンフリー商品の開発



- ムスリムやベジタリアンに対応した動物由来原料を使用していないアニマルフリーラーメン商品を開発



- 欧米を中心に需要が高まっている、グルテンフリー米粉麺商品を開発
- 米粉麺製造技術を活用してアレルギーフリーのベビーフード乾麺の製品化

現地市場を意識したパッケージ対応

日本語が理解できない海外市場向けに、パッケージに英語表記・調理法説明を追加し、大容量パッケージも開発。

英語表記・調理説明・大容量パッケージ



- 現地営業担当が説明しなくても売れるように、英語の表記と調理の説明を追加
- 文字だけでなくイラストや図も使い分りやすいパッケージを設計
- 売場で他の商品に埋もれないようにまとめ買い用大容量パッケージを開発

産地単位での輸出取組に向けて（兵庫県播州地区）

乾麺の主要産地である兵庫県播州地区では、乾麺製造企業が一丸となって、産地単位での輸出取組を検討中。

乾麺の“輸出産地”形成に向けて

兵庫県播州地区

地域性品目

構成員

乾麺



兵庫県
手延素麺
協同組合

組合員 424名

兵庫県
乾麺
協同組合

東亜食品
工業

組合員 15社

- 東亜食品工業が加盟している兵庫県乾麺協同組合と「揖保乃糸」で有名な兵庫県手延素麺協同組合が存在
- 国内市場が縮小する中で、産地を挙げた海外販路開拓の機運が高まっている(両組合も海外展開に関して連携意向)

■ “マーケットイン”での輸出取組事例

株式会社杉本商店

代表取締役

杉本 和英

企業概要（株式会社杉本商店）

「サステナアワード2020伝えたい日本の“サステナブル”」
（農林水産省・消費者庁・環境省主催）大賞受賞動画



企業概要（株式会社杉本商店）

北米・EUを中心に、ECや外食店へ乾しいたけ・椎茸粉を輸出し、
コロナ影響下においても輸出を拡大。

事業概要・輸出の経緯

- 乾しいたけの国内需要の減少を背景に、輸出ビジネスを開始
- 生産者約600軒から60t程度の原木栽培乾シイタケを買付け

主な取引先

- 大手ECを中心に米国・EUへ輸出
 - 米国Amazonの乾しいたけランキングで10位以内にランクイン
 - オーガニック・ヴィーガン向けに料理キットを販売する米ECサイトや、伊ECサイトでも取扱い
- コロナ下においても、EUの日系飲食店でテイクアウト商品向けに利用



動画を活用した商品プロモーション

現地バイヤーや消費者が求める生産ストーリー・こだわりを英語併記の動画で伝えることで、商談成約数が向上。

生産ストーリーやこだわりを動画で紹介



Shiitake Powder is a 3rd Umami

Umami can be boosted by 2 ways.

- 1) Glutamate x Inosinate (All foods x Fish & Meat)
- 2) Glutamate x Guanylate (GMP) (All foods x Dried Shiitake)

3つ目はうま味ブースター椎茸のグアニル酸(GMP)です。

More information:
Umami Information Center
<http://www.umamiinfo.com/richfood/>

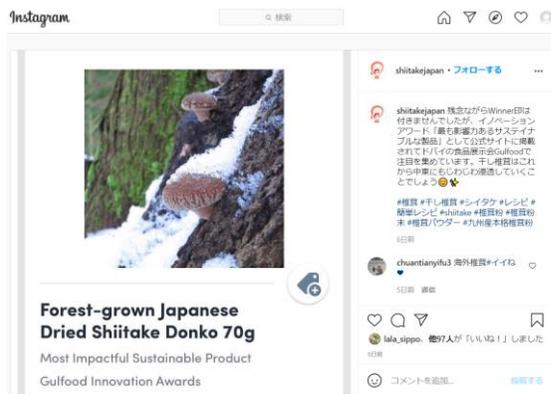
Specialty Food Live! 2020 SUGIMOTO Shiitake info@sugimoto.co.jp

- 産地や生産者のこだわり・生産ストーリー・商品の特徴を動画を用いて紹介
- これまでに6本以上の動画を公開
- 現地バイヤー・消費者向けに英語併記の動画も配信

SNSを活用したプロモーション

しいたけを使用したメニューやトピックスをSNSを活用してタイムリーに発信し、海外顧客の“知りたい”情報を提供。

SNSでメニューや健康効果を発信



- Facebook・Instagramはほぼ毎日更新し、現地目線での情報を発信
- 商品に含まれるビタミンDの免疫効果等、現地ニーズの高い健康効果も発信し続けることで、海外バイヤー・消費者からも注目

“マーケットイン”でのメニュー・レシピ提案

現地バイヤーや海外消費者のニーズ（ヴィーガン等）や消費シーンに合わせた活用法を提案。

ヴィーガン向けメニュー・レシピ提案



- 和食・洋食・エスニック等含め、190件以上のレシピを公開



- 手軽に出汁をとるレシピや、ヴィーガン向けに“Umami”を向上させる商品の使い方等を紹介

現地市場を熟知した輸出パートナーとの連携

GFPを通じて、海外市場を熟知しており商品理解も深いパートナーとマッチングし、メニュー検討・展示会出展等を加速。

GFPビジネスパートナーとの輸出の“共創”



- 伝統商品の輸出・海外市場に詳しい、Japonteの江口氏とマッチング
- ヴィーガン向けマヨネーズに椎茸粉を混ぜた商品を提案し、米国の商談会で“Umami”が実感できると好評
- パートナーの支援を受けGulfood等の海外展示会への出展やSaladplateでの商品PR動画を公開



香港

マキシム・グループ

MX Supply Chain Ltd.

Kelvin Sham (ケルビン・シャム)

2021年3月16日



ネットGFP超会議 「コロナ影響下における香港の現地ニーズ」

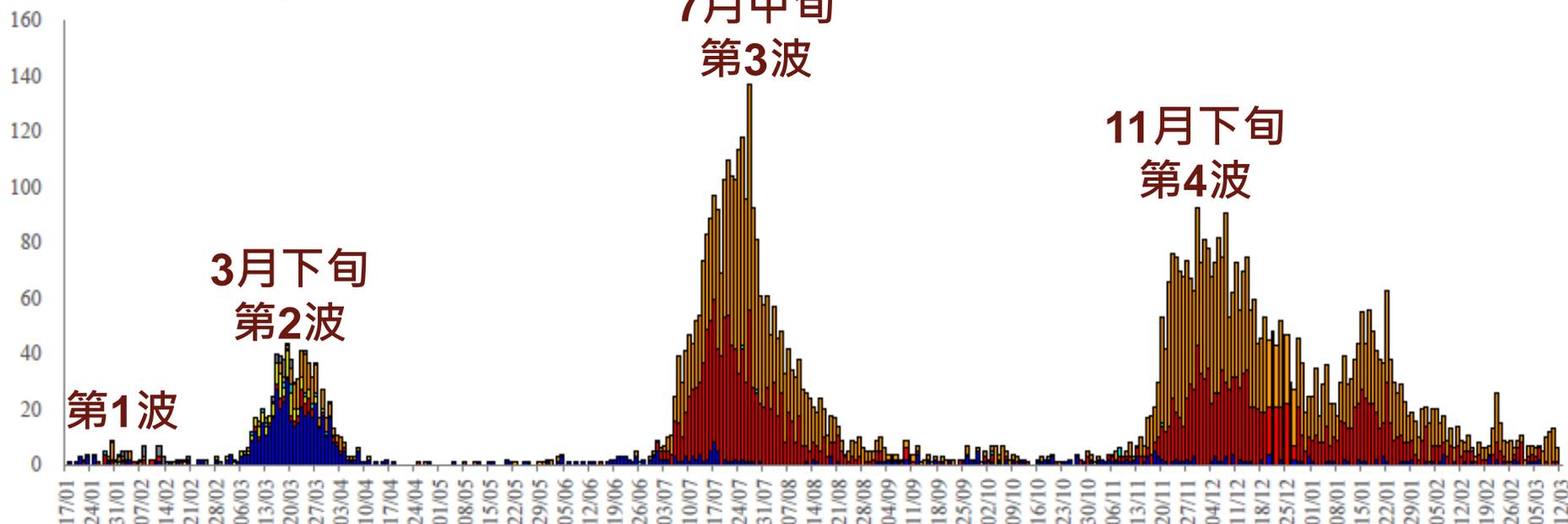




香港における新型コロナウイルス 感染症の推移と現在の状況 (2020年1月～2021年3月12日迄)



1日あたりの新感染者



新規感染者数
平均20人/日

累計感染者数
11,211人

入院治療を要する
感染者数
(うち重症者)
206人(13人)

退院者数
10,711

死亡者数
203人



外食・レストランに対する影響



2021年2月下旬より一部緩和へ

- 公共の場で集会する場合は、**人数を「4人」までに制限**
- 飲食店での着席する人数を「2人/テーブル」までに制限
(※)「安心出行」アプリを導入した店は「4人」までに制限
- 飲食店の収容人数は**通常座席数の50%まで**
+ **テーブル間隔1.5m以上**
- 店舗では**営業時間を変更・短縮**、**または一時休業・閉店**
- 入店時**マスクの着用と検温が必須**。**消毒液も用意**



香港政府の統計局による発表

- ❑ 2020年の飲食業売上は暫定
794億香港ドル
(前年度比▲29.4%減)
- ❑ 飲食店の業種別で最も売上減少が
顕著だったのは**バー**
(前年度比▲46.5%減)
その次は**中華レストラン**
(前年度比▲35.4%減)



外食・レストランに対する影響



2021年2月下旬より一部緩和へ

- 「安心出行/Leave Home Safe」(アプリ)を設置した店は**10:00PMまで営業可能**
+ 1卓「4人」まで





香港市場について



マーケット の特徴

- 香港の人口密度は他のアジアの都市と比べ、圧倒的に高い
- グルメにお金を惜しまず使う文化
- 外食頻度が高い

消費者の 特徴

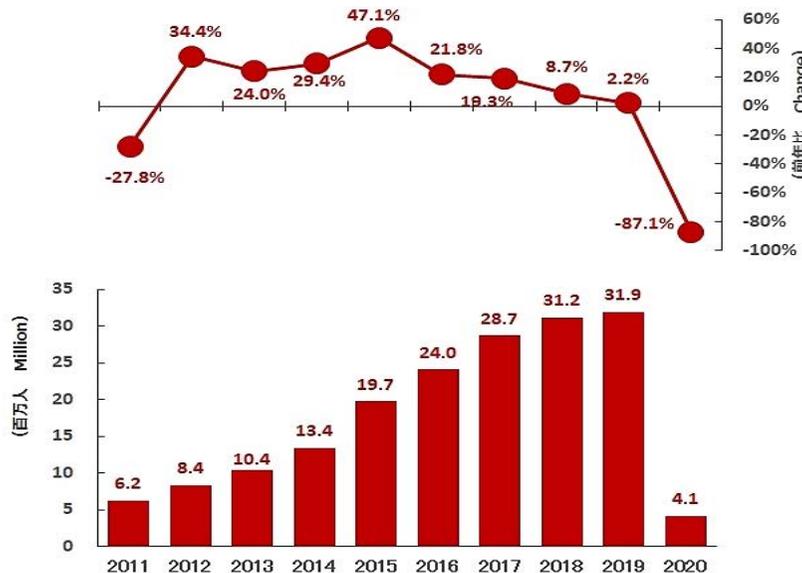
- グルメな消費者が多い
- 流行に敏感で、好奇心が強いが、飽きやすい
- CP値(コストパフォーマンス)に敏感
- 高いお金を払うのは“本物”のみ。ただし、自分の選択が正確だと思えば、多少高くてもお金を使う



香港人の訪日旅行意向



訪日外国人数(直近10年間)



2020年12月 訪日外客数 (JNTO推計値)
Visitor Arrivals for Dec. 2020 (Preliminary figures by JNTO)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2019年 12月	2020年 12月	伸率 (%)	2019年 1月~12月	2020年 1月~12月	伸率 (%)
総数	Grand Total	2,526,387	58,700	-97.7	31,882,049	4,115,900	-87.1
韓国	South Korea	247,959	2,800	-98.9	5,584,597	487,900	-91.3
中国	China	710,234	18,400	-97.4	9,594,394	1,069,200	-88.9
台湾	Taiwan	348,269	1,000	-99.7	4,890,602	694,500	-85.8
香港	Hong Kong	249,642	300	-99.9	2,290,792	346,100	-84.9
タイ	Thailand	164,936	700	-99.6	1,318,977	219,800	-83.3
シンガポール	Singapore	100,376	100	-99.9	492,252	55,300	-88.8
マレーシア	Malaysia	78,250	300	-99.6	501,592	76,500	-84.7
インドネシア	Indonesia	59,203	3,300	-94.4	412,779	77,700	-81.2
フィリピン	Philippines	81,542	2,300	-97.2	613,114	109,100	-82.2
ベトナム	Vietnam	30,606	15,700	-48.7	495,051	152,500	-69.2
インド	India	11,739	1,600	-86.4	175,896	26,900	-84.7
豪州	Australia	72,653	200	-99.7	621,771	143,600	-76.9
米国	U.S.A.	144,498	1,300	-99.1	1,723,861	219,300	-87.3
カナダ	Canada	35,132	200	-99.4	375,262	53,300	-85.8
メキシコ	Mexico	6,499	50	-99.2	71,745	9,530	-86.7
英国	United Kingdom	27,750	400	-98.6	424,279	51,100	-88.0
フランス	France	20,261	400	-98.0	336,333	43,100	-87.2
ドイツ	Germany	13,639	300	-97.8	236,544	29,700	-87.4
イタリア	Italy	11,196	200	-98.2	162,769	13,700	-91.6
ロシア	Russia	8,833	400	-95.5	120,043	22,300	-81.4
スペイン	Spain	7,295	100	-98.6	130,243	11,700	-91.0
中東地域	Middle East	5,554	100	-98.2	95,160	7,800	-91.8
その他	Others	90,321	8,550	-90.5	1,213,993	195,270	-83.9

出展：日本政府観光局 (JNTO)

香港の年間訪日外国人数は200万超
日本は香港人にとって

「第二のふるさと」のような存在

1位(大阪)、2位(東京)、3位(千葉)、4(京都)、5位(沖縄)



なぜ香港人が日本が好きなのか



日本＝ブランド価値、一種の「憧れ」の対象

日本の「魅力」とは？

- ♥ 食べ物が美味しい
- ♥ 交通機関が整備されていて使いやすい
- ♥ 街並みが整備されていて、とても清潔である
- ♥ 英語が通じないことが多々あるが、それでも親切さがとても伝わって来る
- ♥ 素晴らしいサービス
- ♥ マナーが良い
- ♥ 日本文化（JPOP、アニメ、漫画など）の浸透





香港人が「日本食」が好きな理由



日本＝ブランド価値、一種の「憧れ」の対象

- 安全・安心・信頼できる
- 日本食への期待値が高く、人気あり
- 訪日歴のある人が多く、日本料理への理解度があり、かつ強い愛着を持つ
- 香港は関税「0」の自由貿易であるため、物流のハブとして最適な場所
- 香港ドル/円の為替レートの相場が安定している



日本食文化の定着



「日本直送」、「和風」、「日本産原材料使用」などがKEYWORD



日本産食品の香港向け輸出



2020年農林水産物・食品輸出額 国・地域別

順位	輸出先	2020年1-12月 (累計)				2020年12月 (単月)						
		輸出額 (億円)	金額 構成比 (%)	前年 同期比 (%)	輸出額内訳 (億円)			輸出額 (億円)	前年 同月比 (%)	輸出額内訳 (億円)		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	香港	2,061	22.3	+1.2	1,506	4	550	238	+23.5	156	1	81
2	中華人民共和国	1,639	17.8	+6.6	1,149	176	313	183	+19.0	134	18	31
3	アメリカ合衆国	1,188	12.9	▲ 4.0	909	41	238	120	+16.3	87	5	28
4	台湾	976	10.6	+8.0	753	22	202	126	+0.8	98	2	26
5	ベトナム	537	5.8	+18.3	329	8	200	65	+20.5	41	1	23
6	大韓民国	411	4.5	▲ 18.0	246	33	132	44	+3.3	26	3	16
7	タイ	401	4.3	+1.5	179	4	218	32	+5.9	18	0	14
8	シンガポール	295	3.2	▲ 3.5	250	2	43	35	+11.9	29	0	6
9	オーストラリア	164	1.8	▲ 5.6	149	0	15	16	+6.0	13	0	2
10	フィリピン	151	1.6	▲ 1.6	64	65	23	15	+19.5	7	6	1
-	E U	488	5.3	▲ 1.2	417	9	63	50	+13.1	40	1	9

農林水産省の公表によると、**香港向けの輸出額は、**

- **2,061億円 (前年比1.2%増)**
- 輸出額全体の**22.3%**を占める
- **16年連続首位**
- **内訳**
 - 農産物: 1,506億円
 - 水産物: 550億円
 - 林産物: 4億円

• **アルコール飲料や鶏卵が増加**



コロナ禍による香港消費者 の意識変化



- 外食・外出を控える
- 在宅勤務やリモート授業などで家にいる時間・家族と過ごす時間が増加
- 外食店の営業時間が短縮、または休業・閉店
- 自宅にストックできる食品の需要が増加
- 節約
- 海外旅行ができないため、「贅沢」をする傾向
(e.g. STAYCATION・ホテルにて「ステイケーション」)
- 消費者・客層の二極化



ビジネスモデルの変化



「中食」>「外食」>「内食」へ

□ 外食需要が減少し、**中食需要が顕著に増加**

- ① スーパー、コンビニ、弁当チェーン、デパートなどの弁当・調理済み食品・惣菜などの「テイクアウト」
- ② 宅配のファストフード・ピザ・中華・寿司などの「デリバリー」
- ③ 自宅や特定の場所で調理をしてもらう「ケータリング」

□ 内食(家で素材から調理する)消費が増加傾向

□ 「中食」が伸びた理由としては、核家族化、
個食化、家庭での料理の簡便さ、
外食ほど経費がかからないこと、などがあげられる



ビジネスモデルの変化



飲食店(吉野家様)は持ち帰り可能な商品販売開始



マキシムグループがFC経営する Yakiniku Like@香港



これまで外食でしかほぼ見ない「高級食材」もスーパー(DONKI様)にて取扱いが広がる



ビジネスモデルの変化



テイクアウト・デリバリーの強化・市場拡大

□ 香港3大フードデリバリー会社:

①Foodpanda、②戸戸送Deliveroo、③Uber EATS

※全体の約60%を占める

※平均客単価: 香港ドル80-100(約 1,000-1,400円)/回

※手数料: 香港ドル15-20(約 200-280円)/回

※配達までに要する時間: 20-40分

※時間限定割引オファー、ポイントをためるとリワード、
月間プランなどで利用動機 ↑

□ 2020年頃より提携・加盟店・レストランが急増(4-5倍増)し、
売り上げは前年比2倍増

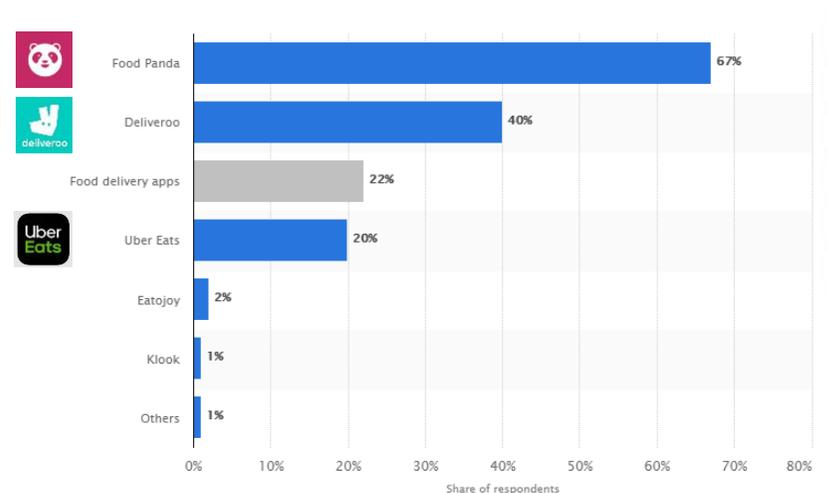


ビジネスモデルの変化



フードデリバリー市場の拡大により

- 2020年に収益が**香港ドル80億円**に達する
- **48,000人の雇用を生み、**長期的には**経済成長を促す**
- 2021年以降は、毎年平均**約5.5%増の見通し**



香港人がよく利用するFood Delivery App
(2020年12月迄)



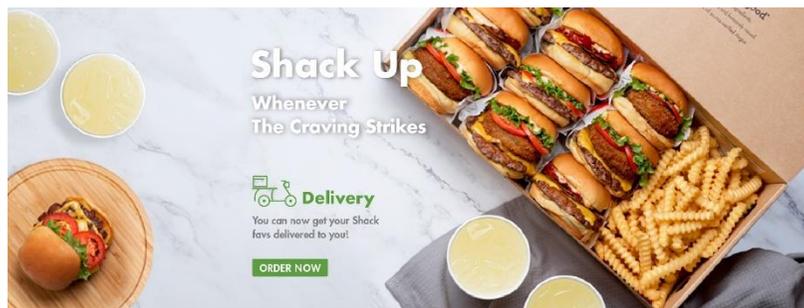
ビジネスモデルの変化



中華料理



ファストフード



Shake Shack



井井屋



元氣壽司



一風堂



ビジネスモデルの変化



ビジネスモデルの多様化

- B2B（法人向け）からB2C（消費者向け）へシフト傾向
- 食品輸入業者が自分の実店舗・ネットショップを営業する
- コロナの影響でネット販売、eコマースなどのトレンドが加速
 - モバイルアプリ
 - ライブチャット・営業
 - ITテクノロジーが進化し、サイト上のデジタル顧客体験が改善
- バイヤー・消費者は、①スピード、②透明性、③専門性を重視



ビジネスモデルの変化



← JP→ 港澳首創 日本直送 JP→ 今日柯打 明日送到 安在家中食好嘢 🍴🍷...

NS MALL - 日本食材直送
April 30, 2020 at 4:14 PM · 🌐

• 🇺🇸 港澳首創 日本直送 • 🌐
今日柯打 明日送到 安在家中食好嘢 🍴🍷
首次登記 首次消費 即享88折优惠
即上 www.nsmall.com.hk

📞 最新資訊 或 查詢訂購 請Whatsapp 📱: +852 66866388

👉 滿\$600免運費 🌐 *偏遠地區除外*

#日本空運食材 #今日柯打明日送到 #nsmall #日本海膽 #拖羅 #喜之次 #金目鯛 #和牛 #生蠔 #魚生 #壽司 #丼 #ウニ #生大トロ #キンメダイ #キンキ #殺付き力キ



WWW.NSMALL.COM.HK

<https://m.facebook.com/112192863469665/posts/245482153474068/>

日本水産品(豊洲市場)を販売する
ネットショップ(日生様)

← → C egimarket.com ☆ 🌐

東京豊洲漁市場直送海鮮



[加送優惠 每盒額外9折!] 3月19日
送貨 | 東京豊洲漁市場直送 | 即食
刺身級 去殼 生鱒肉 500g
\$295.20 \$328.00
🔴 售罄中



3月送貨 | 東京豊洲漁市場直送 日
本鮮鮭鱈吞拿魚[大拖羅] 200-
250g/450-500g (兩戶直送 免運費)
\$488.00



3月19日送貨 | 東京豊洲漁市場直
送 金目鯛拼深海底魚 刺身盒 (經日
本漁師切片) 各1/4條魚
\$528.00



3月19日送貨 | 東京豊洲漁市場直
送 原隻粒貝刺身 (經日本漁師切片)
每隻約250-280g
\$308.00



3月19日送貨 | 東京豊洲漁市場直
送 原條深海底魚刺身 (經日本漁師
切片) 每條約 1-1.2kg
\$768.00



3月送貨 | 東京豊洲漁市場直送 北
海地鮮毛蟹 約400-500g (兩戶直送
免運費)
\$638.00



3月送貨 | 東京豊洲漁市場直送 日
本「龍蝦界的王者」活伊勢龍蝦 每
隻約200-300g 兩隻 (兩戶直送 免運
費)
\$899.00



3月送貨 | 東京豊洲漁市場直送 日
本鮮鮭鱈吞拿魚[中拖羅] 200-
250g/450-500g (兩戶直送 免運費)
\$428.00

<https://www.egimarket.com/>

旅行会社(EGL様)も日本食品を販売



「サステナビリティ」への取り組み



売り残った
食品を寄付



「脱パラ」



生ごみ
リサイクル



サーマルリサイクル
「熱回収」

**SDGs（持続可能な開発目標）を重視した
生産者・メーカー・サプライヤーを優先的に選択**



健康志向の高まり



新餐肉

OMNI!PORK™
Luncheon
純植物製餐肉™
Plant-Based Luncheon

THICK CUT™
15-
厚切

NO OIL FRYING™
零油煎煮

NON-GMO
非基因改造



新餐肉炒蛋堡
OMNI!PORK LUNCHEON AND
SCRAMBLED EGG BURGER



新餐肉蛋扭扭粉
OMNI!PORK LUNCHEON N
EGG TWISTY PASTA



新餐肉精選套餐
OMNI!PORK LUNCHEON
DELUXE BREAKFAST



新餐肉珍貴套餐
OMNI!PORK LUNCHEON
JUMBO BREAKFAST

マックでの新しいランチョンミート(OMNI!)



星巴克率先推植物豬柳三文治

Impossible植物豬柳漢堡登陸香港

スタバでのハンバーガー(Impossible Meat)



グリーン・マンデーは香港発の社会企業
7-11とのコラボ

SDGsの一環として、植物由来の代替肉・プラントベース肉・
ヴィーガンに興味・関心を持つ香港人が増加傾向



日本食の可能性



安全・安心・安定



リーズナブル・格安



安定している



オペレーションが簡単・Contactless (接触減)・SDGs・
Vegan・テイクアウト・デリバリー向けなど



小袋・真空ボトルなど・賞味期限の延長



柔軟にOEM・PB対応



ニーズのある日本産品



一次産品



畜産(和牛)、水産(うに・牡蠣など)
青果(いちご・ぶどうなど)

条件

- ロットに柔軟に対応
- 冷凍・冷蔵技術の向上
- 品種の改良
- 安定供給



加工食品



- 接触減・小袋/個包装等の衛生的な商品
- テイクアウト・デリバリーに対応した商品
- 調理済の半製品等(OP Friendly)



ニーズのある日本産品



“Packaged”デザート（和菓子・洋菓子）



- 洋菓子は日本の原材料(抹茶等)が入っていると特に人気
- Grab & Go: 買ってすぐに食べられる
- 解凍した状態で日持ちするスイーツ
- コンビニデザート系であれば業務用も可能性あり

“SDGs”食品（日本食 x SDGs x 健康志向）



- 大豆ミート等の代替肉・代替水産物等のニーズの高まり
- 日本食: とんかつ・からあげ等の日本的なSDGs食品で欧米産品と差別化
 - 現状は、ハンバーガー・ハンバーグ等の洋風食品が多い



今後の見通し・展望と課題



- Withコロナ時代＋新しい生活様式
香港消費者のニーズが変化しつつある
- 家賃が世界一高い香港では外食産業は
厳しい状況が続いている
- コロナ自粛疲れにより収束後に
「リベンジ消費・旅行」が起きる予想
- 政情不安とコロナの二重苦と戦う中、
より美味しく価値のある事を追求してゆく
- 和食・和食文化はもはやブームを乗り越えて「日常」に
なっており、香港人間に深く浸透しているが、
今後更に「こだわる」傾向が予想



ご清聴ありがとうございました



“Maxim’s” and any name, logo, or trademark of any restaurants and any intellectual property right therein used or referenced in this presentation belong to Maxim’s Caterers Limited, a company operating in Hong Kong, and/or its affiliates.

ネットGFP超会議（2021/3/16）

欧州メインストリームトレード 日本の食品ブランドのポテンシャル

TWF Japan

宮崎 千絵



TWF1300km圏内の4億2000万人の消費者

TWFは欧州の主要都市に迅速にアクセス可能です

アントワープ港(ベルギー)
は欧州のハブ港。
TWFはアントワープ港から
1時間のリールまで
トラック輸送し
在庫管理しています。

TWF / LILLE



« THE GLOBAL BRANDS FACTORY »

グローバルブランドファクトリー

QUALITY FOR REAL SATISFACTION SINCE 1986

3温度帯（常温・冷蔵・冷凍）の食品を輸入し、フランス・欧州市場の
メインストリームトレードでディストリビューション

創業者
Alain Moron

創業
1986

マーケットシェア
(メインストリーム / Category Japan)
約55% / No.1

年商
約65mil. US\$
(約68億円)

従業員数
100名



TWF / ホールディングカンパニー

EPIDIS

— RETAIL BY TWF —

小売

FRAIDIS

— FOOD SERVICE BY TWF —

業務用

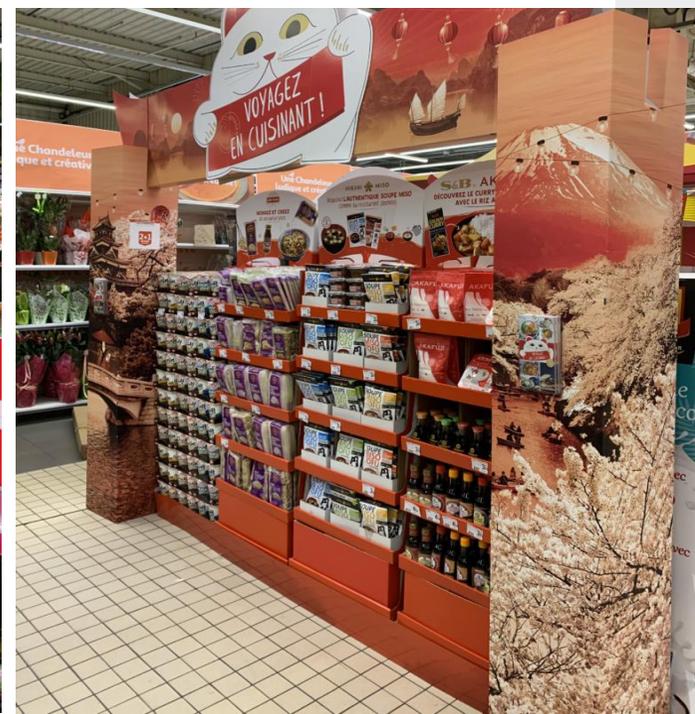
NORPASS

— INDUSTRY BY TWF —

インダストリアル

ブランドマーケティング
カテゴリーマネージメント
コミュニケーション・
デザインソーシャルメディア
広報&イベント
ソーシング
品質保証
輸入、サプライチェーン、等

パートナー企業のブランド価値向上と拡売！



フードサービス

ホテル&レストラン

ACCORHOTELS.com

B
BARRIÈRE

starwood
Hotels and
Resorts

M
MARRIOTT

Hilton
HOTELS & RESORTS

HYATT

RENAISSANCE
HOTELS & RESORTS

ALLIANCE
HOTELS

SHANGRI-LA
HOTELS & RESORTS

卸売-キャッシュアンドキャリー

EpiSaveurs
group pomona

TRANS GOURMET

METRO

GRUPE
EPICERIE

Promocash

惣菜店 &ケータリング

La Grande
GOURMET

LA GRANDE
EPICERIE PARIS

api

社員食堂 /学校給食

小売チェーン

プライベートグループ

Auchan

Auchan

cora

MATCH

上場企業グループ会社

Carrefour

Carrefour
market

Carrefour
city

MONOPRIX

monop

franprix

sherpa

Casino

Géant

SPAR

独立系生活協同組合チェーン

E.Leclerc

E.Leclerc

Intermarché

HYPER U

SUPER U

U express

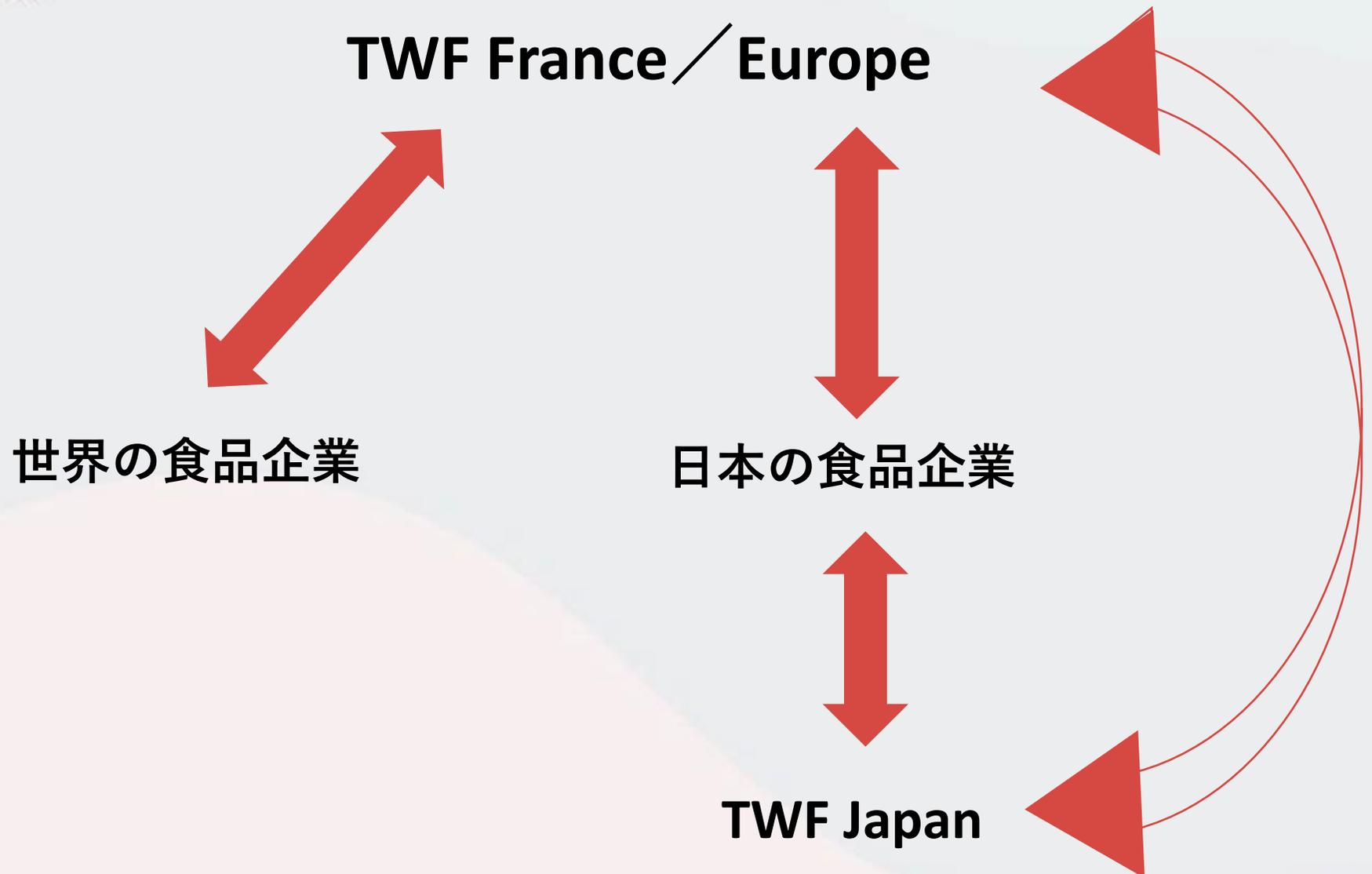


TWF ブランドポートフォリオ／フランス

各ブランドと長期的・戦略的パートナーシップを構築します



日本の食品ブランドソーシングの強化



日本の食品ブランド展開の底上げ ポテンシャルの高い商品

ソース、調味料

柑橘果汁（ユズなど）

食酢、ドレッシング

食用油

緑茶

香辛料

めん類（ドライ・LL）

海苔、海藻（海藻サラダ...）、漬物（ガリ...）

スナック、米菓

菓子（和菓子、モチ...） AND MORE...

日本産というだけのUSPでは導入に至らない。
ブランドの付加価値、商品のUSP、価格競争力が不可欠

メインストリームへの導入：4つのポイント

ブランド

消費者に植えつけたいブランドの付加価値・イメージ

商品

コアになるUSPをぶらさない

価格

競争力のある価格／ベンチマーキング

長期ビジョン

ローマは一日にしてならず

日本産米ブランド：AKAFUJI



山形県産はえぬき +
富山県産コシヒカリ



富山県産コシヒカリ
100%

導入までの過程

1. フランスにおけるコメの市場分析

- ワールドセクションの米の売上規模（2016年時点IRI データ：15億円弱）
- 短粒米（日本食／寿司との関連）：シェア約19%→インディカ米が主流

2. 既存の米製品・ブランドの分析→ベンチマーキング

- ワールドセクションで販売されている短粒米→「Sushi」コンセプト
- 寿司をコンセプトとして販売されている短粒米→イタリア産、タイ産等
- 日本産米のプレゼンスは低い→寿司用の米＝日本産が判断基準でない可能性

3. 日本の米卸各社と商談

- 神明との取組の可能性を模索

4. 商品コンセプト・形態・荷姿、価格・バジェット(TWF/Shinmei)

- 栽培品種ブランド VS. NB →商標登録
- 現地の米製品のスタンダード（商品形態、店頭価格...）

5. パッケージデザイン、ブランドサイト...

2018年ブレンド米400g導入！

AKAFUJI RIZ GOURMAND EXPRESS

無菌米飯

2019年3月頃～2020年春／夏店頭化

水・コメ

富山県の自然環境

北アルプス

鷲羽岳

富山湾

富山の天然水



レンジで1分
簡単にAuthenticで
おいしい日本産米

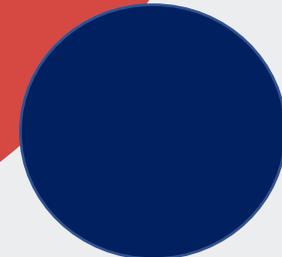
↓
簡便性

用途を広げる

映像で発信！



日本の味・ブランドでメインストリームの
の売場に付加価値を！



仏食品業界ーコロナ禍における変化

メインストリーム小売-売上増

(小売企業全体 前年比売上+10%前後)

World Section売上約18%増 日本食ブランドの売上増

Drive / E-commerceのニーズ

Drive：シェア約7%から15%前後へアップ*加重販売率
(No.1 Leclerc / No.2 Auchan)

外食業界売上約40~50%ダウン ホテル稼働率は10%以下

地産地消のトレンド

環境問題に敏感な消費者

ひんやり混載/ ばりひえ混載サービスのご案内

セイノーロジックス株式会社

海上混載便とは

コンテナ 1 本に満たない少量貨物の場合、FCL（コンテナ一本まるまる）や航空便など輸送費の高いサービスをご利用いただかなくても、混載便での手配なら**物量に見合った料金で輸送**ができます。

リーファーコンテナ・設定温度：

ひんやり混載・ばりひえ混載サービスでは、温度設定が可能なリーファーコンテナを使用し、

コンテナ内の温度を一定（+7度設定/-20度設定）に保って貨物を輸送します。

海上便はコンテナ内の温度が著しく上昇してしまうことがあり、温度管理が必要なお品物の輸送には適さないとわれがちですが、リーファーコンテナを使用することで

品質を保ちながら輸送することができます。

お取り扱い仕向地：

主に、**香港、基隆（台湾）、シンガポール向け**のお荷物をお取り扱いしています。

地域によっては内陸輸送が可能な場合もございますのでお気軽にお問い合わせください。



ひんやり混載サービス (冷蔵 +7°C)



出港地：博多

CFS：協和冷蔵福岡物流センター
所在地：福岡市東区

仕向地：香港/隔週

基隆（台湾）/隔週

シンガポール/隔週

※週ごとでひんやり、ぱりひえ交互

出港地：横浜

CFS：富士倉庫(株)
所在地：横浜市中区

仕向地：香港/隔週

基隆（台湾）/隔週

シンガポール/隔週

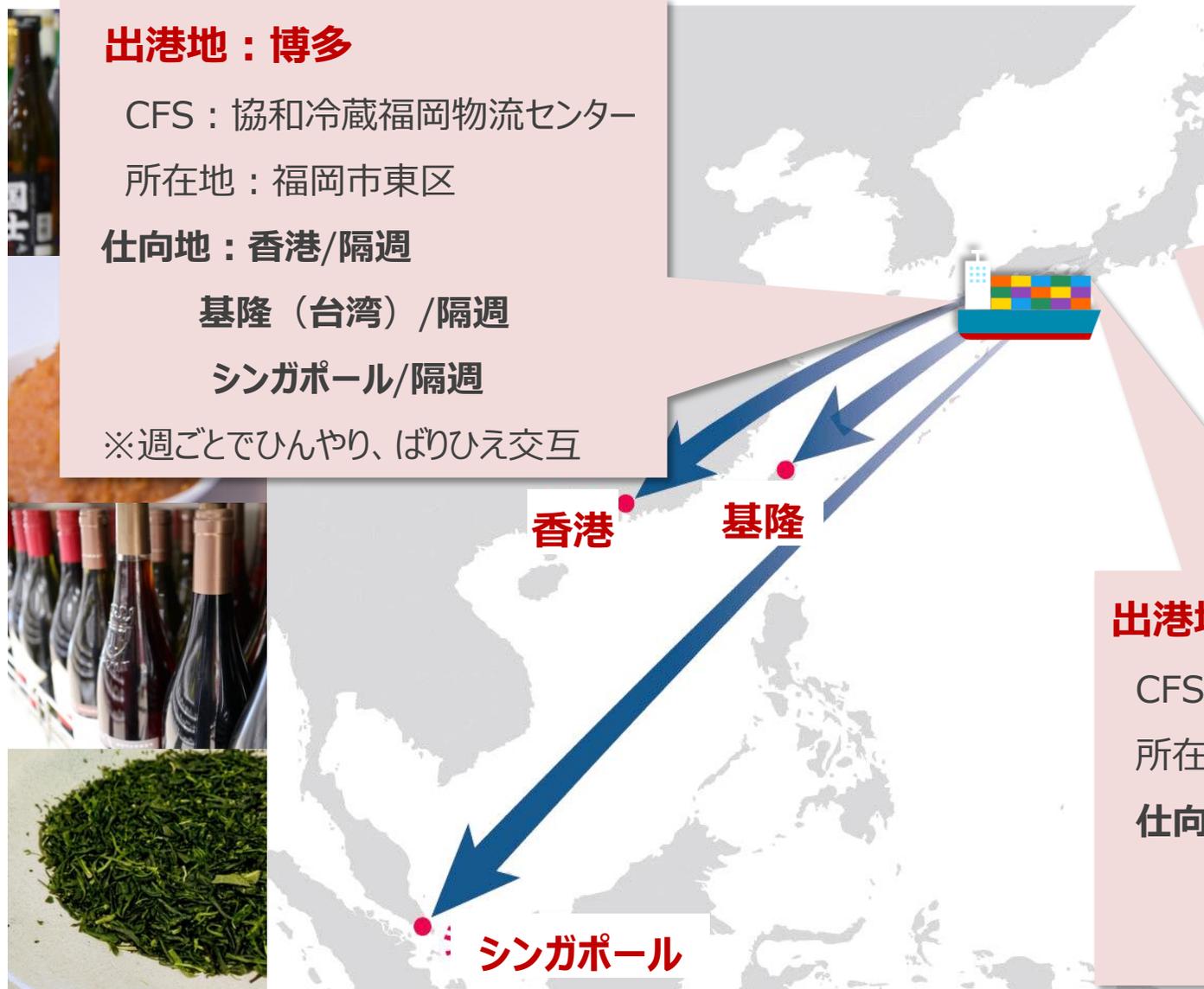
出港地：神戸

CFS：日塩(株)
所在地：神戸市中央区

仕向地：香港/毎週

基隆（台湾）/隔週

シンガポール/隔週



ばりひえ混載サービス（冷凍 -20℃）



出港地：博多

CFS：協和冷蔵福岡物流センター

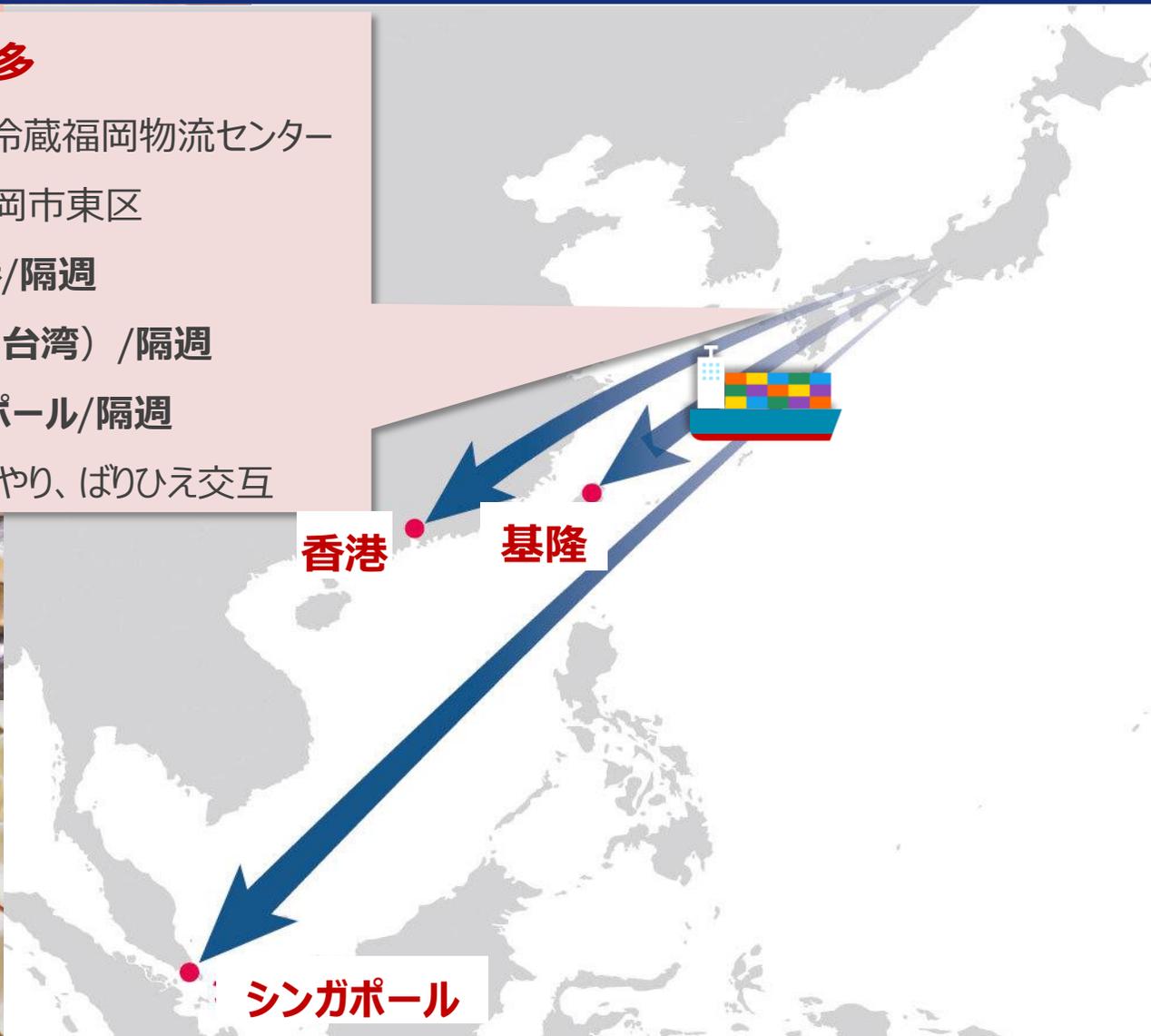
所在地：福岡市東区

仕向地：香港/隔週

基隆（台湾）/隔週

シンガポール/隔週

※週ごとでひんやり、ばりひえ交互



商品条件：

- ・飲料(日本酒など)・調味料(味噌/醤油など)・加工食品(温度変化により形状や品質に変化がないもの)
- ・非危険品のみ
- ・密閉され無臭である

※パック処理等されていない生鮮食品は不可となります。

輸入側ライセンス：

輸入者様がImport Licenseを取得し、問題なく通関手配・引き取りいただけることが前提となります。

現地側諸費用：

現地港にて貨物お引き取り時に掛かる諸費用 (Local charges) は、輸入者様のご負担となります。



参考：スケジュール（2021年3月）



横浜発（+7°C）

《HONGKONG向け》

VESSEL	VOY No.	YOKOHAMA CFS CUT	YOKOHAMA		
			ETA	ETD	
SPIL KARTIKA	S027	2/22	2/26	- 2/27	3/4
OOCL DALIAN	S658	3/9	3/12	- 3/13	3/18
SPIL KARTIKA	S028	3/23	3/26	- 3/27	4/1
A VESSEL	TBA	4/6	4/9	- 4/10	4/15

《KEELUNG向け》

VESSEL	VOY No.	YOKOHAMA CFS CUT	YOKOHAMA		
			ETA	ETD	
METHI BHUM	21007S	2/17	2/23	- 2/23	2/28
TS SHENZHEN	21006S	3/3	3/9	- 3/9	3/14
TS SHANGHAI	21006S	3/17	3/23	- 3/23	3/28
A VESSEL	TBA	3/31	4/6	- 4/6	4/11

《SINGAPORE向け》

VESSEL	VOY No.	YOKOHAMA CFS CUT	YOKOHAMA		
			ETA	ETD	
SEASPAN EMERALD	250S	2/22	2/28	- 2/28	3/16
NYK DIANA	094S	3/9	3/14	- 3/14	3/30
SEASPAN EMERALD	251S	3/23	3/28	- 3/28	4/13
A VESSEL	TBA	4/6	4/11	- 4/11	4/27

参考：スケジュール（2021年3月）



神戸発（+7°C）

◀HONG KONG向け▶

VESSEL	VOY No.	KOBE CFS CUT	KOBE		HONG KONG
			ETA	ETD	
SEASPAN EMERALD	250S	02/25	03/03	03/03	03/08
SEASPAN EMINENCE	114S	03/04	03/10	03/10	03/15
NYK DIANA	094S	03/11	03/17	03/17	03/22
NYK DEMETER	093S	03/18	03/24	03/24	03/29

◀KEELUNG向け▶

VESSEL	VOY No.	KOBE CFS CUT	KOBE		KEELUNG
			ETA	ETD	
TS KOBE	21004S	3/9	03/14	03/14	3/17
TS YOKOHAMA	21005S	3/28	03/28	03/28	3/31

◀SINGAPORE向け▶

VESSEL	VOY No.	KOBE CFS CUT	KOBE		SINGAPORE
			ETA	ETD	
SEASPAN EMERALD	250S	2/25	3/3	3/3	3/16
NYK DIANA	094S	3/11	3/17	3/17	3/30

参考：スケジュール（2021年3月）



博多発（+7°C/-20°C）

《HONG KONG向け》

VESSEL	VOY No.	設定温度	HAKATA CFS CUT	HAKATA		HONG KONG
				ETA	ETD	
ANDERSON DRAGON	S025	7°C	03/01	03/03	03/04	03/09
WAN HAI 171	S298	-20°C	03/08	03/10	03/11	03/16
HORAI BRIDGE	S119	7°C	03/15	03/17	03/18	03/23
WHITE DRAGON	S045	-20°C	03/22	03/24	03/25	03/30

《KEELUNG向け》

VESSEL	VOY No.	設定温度	HAKATA CFS CUT	HAKATA		KEELUNG
				ETA	ETD	
ANDERSON DRAGON	S025	7°C	03/01	03/03	03/04	03/07
WAN HAI 171	S298	-20°C	03/08	03/10	03/11	03/14
HORAI BRIDGE	S119	7°C	03/15	03/17	03/18	03/21
WHITE DRAGON	S045	-20°C	03/22	03/24	03/25	03/28

《SINGAPORE向け》

VESSEL	VOY No.	設定温度	HAKATA CFS CUT	HAKATA		SINGAPORE
				ETA	ETD	
ANDERSON DRAGON	S025	7°C	03/01	03/03	03/04	03/15
WAN HAI 171	S298	-20°C	03/08	03/10	03/11	03/22
HORAI BRIDGE	S119	7°C	03/15	03/17	03/18	03/29
WHITE DRAGON	S045	-20°C	03/22	03/24	03/25	04/05



所要日数目安

発地	仕向地	CFS-CY所要日数
横浜	香港	10日
横浜	基隆（台湾）	10～12日
横浜	シンガポール	22～23日
神戸	香港	12～13日
神戸	基隆（台湾）	9日
神戸	シンガポール	20日
博多	香港	9～11日
博多	基隆（台湾）	7～10日
博多	シンガポール	15～17日

セイノーロジックス株式会社

混載輸送部：市川 優
ichikawa@logix.co.jp

資料作成：小野 文也
ono@logix.co.jp

商品説明

【2021年】



株式会社O's&Tec

東京都目黒区自由が丘1-4-10

Wi-Free機能とは

【商品概要】

「Wi-Free」の意味は、**Without freezing**（凍らさずに…）にと言う英文を略したもので、そのイメージは「**凍らさずに…輸送する**」「**凍らさずに…長期保存する**」「**凍らさずに…菌の活動を抑制する**」などの意味を持ちます。

「Wi-Free」システムの技術は、世界で初めて（2016年）物流リーファークontテナ（JR貨物Ver.鉄道輸送用）に搭載された鮮度維持技術（冷凍温度帯で凍結させずに菌を抑制する技術）です。

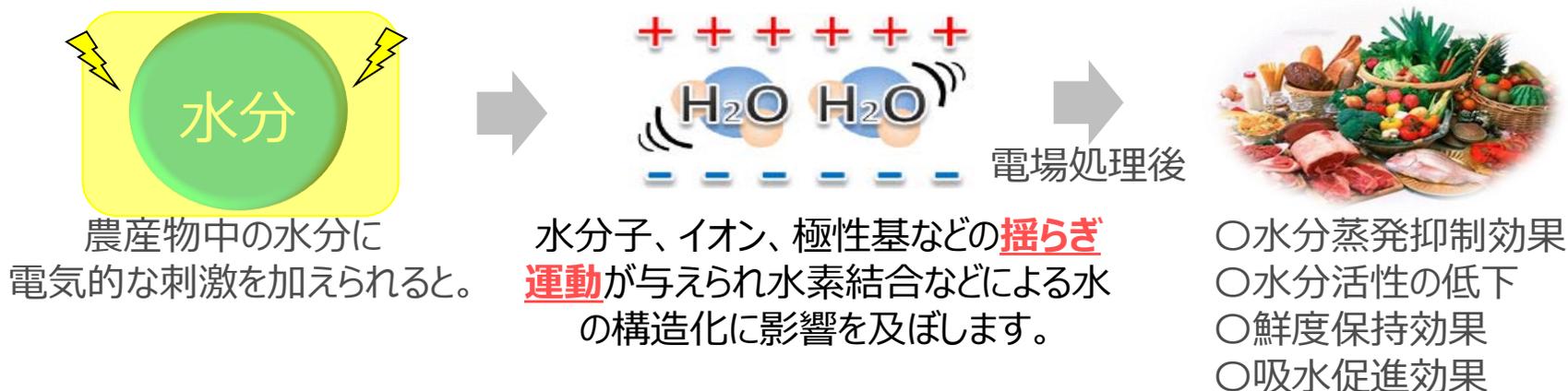
また、2020年には、**UNIDO（国際連合工業開発機関）**の「**STePP：サステナブル技術普及プラットフォーム**（日本語略）」に鮮度維持輸送高機能冷凍コンテナとして初めて登録されました。

Wi-Free機能とは

鮮度維持に必要な要素として、冷凍保存が最も良いと一般的に知られていますが、その冷凍技術を応用する事で品質の良い鮮度維持（長期保存）ができます。

- 1) 0度以下の冷凍温度帯では、菌（腐敗、劣化（酸化劣化を含む）を起こす原因）の活動を抑制する効果によって、食品の鮮度を保ちながら長期保存ができます。
- 2) イオン風と微量のオゾン発生によりテナ内（梱包材に付着しているものを含む）の殺菌、除菌作用の効果によって、腐敗、劣化（酸化劣化を含む）などから食品を守ります。
- 3) 電磁界（高電圧）で発生する揺らぎ運動によって腐敗防止、劣化（酸化劣化* 1を含む）防止などの効果があります。また、食中毒の防止などにも効果（実証済み）があります。

「Wi-Free」システムとは、高電圧を印加する事で、水分子、イオン、オゾン、極性基などに揺らぎ運動が与えられ水の構造化影響を及ぼす事で、水分蒸発抑制効果、水分活性の低下、鮮度保持効果、吸水促進効果があります。



* 1 酸化劣化を生じやすい食品成分として、脂質やタンパク質、アミノ酸、フレーバー成分、色素成分などが挙げられます。

Wi-Free高機能リーファーコンテナとは

安定した電磁界環境の提供 ⇒ 高電圧・低電流による【鮮度】【殺菌】【解凍】効果のUP



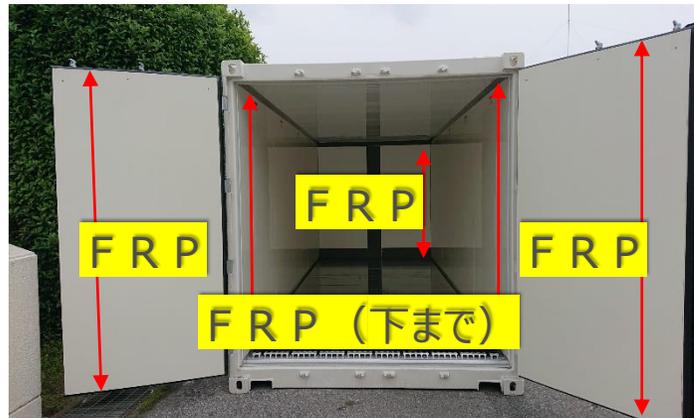
従来の冷蔵技術

高電圧・低電流・電磁界
(イオン発生、オゾン発生、周波)

鮮度・殺菌・解凍効果



各機器の取り付け位置のまとめ



ダイキン社製のリーファーユニットの対応も可能
(+20万円)

20フィート：350万円～ (最寄りの港渡し)
40フィート：400万円～ (最寄りの港渡し)

Wi-Free高機能リーファークテナの概要

「Wi-Free」システムコアの仕様

直接印加リレー方式（特許申請中）

電圧出力：最大3.5kV

電流出力：最大6mA

電圧入力：240V~430V

周波数：50Hz~200Hz

使用温度帯：15度~-10度

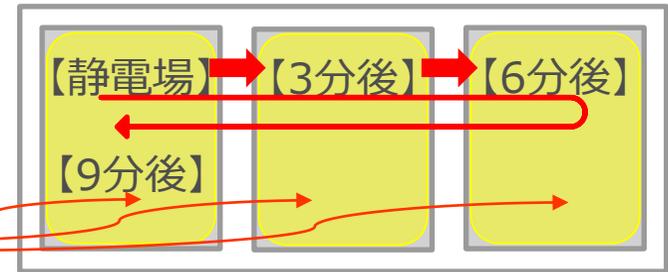
安全装置による制御(リミッター採用)

消費電力：40W

(リーファークテナは含まない)

Wi-Freeリレーシステム

高電圧
発生装置



1個のWi-Freeで3分間ずつ印加していくことで、
最小限の個数で印加する広さを拡大できます。

Wi-Free高機能リーファーコンテナの概要

「Wi-Free」リーファーコンテナの仕様

電磁界安定構造（特許申請中）

製造会社：CIMC
(リーファーコンテナ製造部門では世界有数の企業)

製造規格：ISO規格/20フィート・40フィート

安全基準：CSC取得(システムコアの搭載時)

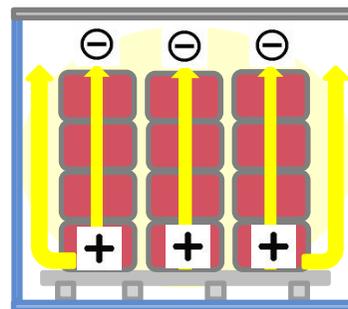
積載容量：100%

積載方法：ジョルダーレールの設置
(リフト乗り入れ不可)

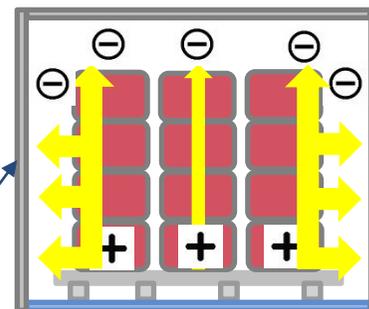


Wi-FREE電磁界安定システム

正しいシステム構成



間違ったシステム構成



側面
金属素材 (ステンやアルミ等)

※電圧を印加するアルミ板 (+) から荷物を伝わり天井へ電気が逃げることにより安定した電磁界が形成される。

※側面が金属で構成されていると荷物を伝わり四方に電気が逃げてしまうため、安定した電磁界の形成ができなくなり保存効果が減少してしまう。

株式会社O's&Tec

担当：塩浦

r.shioura@ostec.co.jp

03-6421-4885

DENBA JAPAN株式会社

GFP超会議-DENBAコンテナ活用プラン-

MAFF
農林水産省



この度は、多数ある会社から、**DENBAJAPAN株式会社**を選んで頂き有難う御座います。
「現状」「事例」「今後」3つの観点で当社コンテナサービスをご案内致します。

DENBAコンテナ「現状」

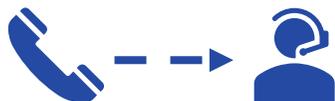
DENBAコンテナ「現状」

お客様

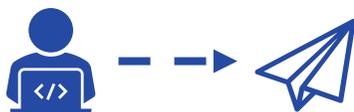
1 レンタル申込

会社への問合せと
HPへの問い合わせ、
2種類の方法でレン
タル申込

会社への問合せ



HPへの問合せ



DENBA⁺

2 サービス提供

産地での保管からのトータルコールドチェーン

【DENBAコールドチェーン】

産地保管



DENBA DISS



倉庫保管



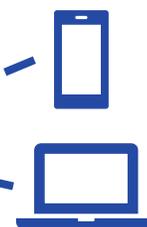
DENBA DISS



海上輸送



遠隔管理システム



【管理監視可能】

【監視可能】

温度・湿度・霜取り・
外気温・酸素濃度・
二酸化炭素濃度

DENBAコンテナ「事例」

DENBA コンテナ「事例」

日本

実証テスト

海上輸送での鮮度維持



シンガポール

課題：物流費用が高い

課題：物流費用を安くさせながら
鮮度を保つ

1日目 コンテナVAN詰め日



27日目 コンテナ入VAN出



DENBAコンテナ「今後」

DENBAコンテナ「今後」

販売

DENBA⁺

購入

1 商品販売 + α

2 トータルサービス

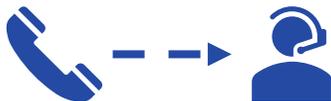
3 商品購入 + α

ECサイト

サービス申込



電話での申込



第三者による商品評価制度
鮮度の可視化 etc...

目利き 鮮度抜群

【DENBAコールドチェーン】

産地保管 倉庫保管 海上輸送



遠隔管理システム



管理栄養士による
食事アドバイス
リッチな生産者情報 etc...



確かな商品購入を
可能にする。

DENBAお問い合わせ先

DENBA JAPAN株式会社 Denba Co., Ltd

営業三部 部長

日高 俊郎 Toshiro Hidaka

〒101-0054

東京都千代田区神田錦町3-15-6

名鉄不動産竹橋ビル4F

TEL03-3518-6718 FAX03-3518-0267

Email:t.hidaka@denba.co.jp

URL :<http://www.denba.co.jp>



NIPPON EXPRESS

**Food
Logistics**

日本通運グループの フードロジスティクスの取組み

2021年3月16日

商材	輸送モード	サービス名称	特徴
	航空	空飛ぶ鮮魚便	新たな輸送ツールを独自に開発し、 今まで実現できなかった 鮮度保持を可能にする
	海上	フレッシュ青果便	
	航空	フレッシュ・コンテナ	コンテナ貸切が常識だった保冷輸送に 対して、リーズナブルかつ効率的な 混載輸送をご提供する
	海上	国際海上 リーファー混載	
	航空・海上 通関・保管	美食特快	
	航空・海上 保管	ハラール物流	社会から新たに求められる 管理基準に準じた 物流のプラットフォームをご提供する
	海上	fresh bank	鮮度保持機能のあるコンテナを使用 することにより、海上輸送でありな がら鮮度を維持する



“fresh bank”

Support for Global Cold Chain

**fresh bankはリーファーコンテナをベースとし
「高鮮度保持」という付加価値を搭載したコンテナです。**

【特徴】

- 1.食肉チルド輸送を可能とします。**
- 2.繊細な青果物の高鮮度保持輸送を可能とします。**

1.fresh bankの特徴

1 高鮮度保持機能(電場システム)を搭載したリーファーコンテナ

- ①庫内天井に薄型電極を配して、5,000V又は7,000Vの高電圧を印加、庫内に『電場(※)』を生成。
庫内全域に電場効果が発生する構造。

※電場:電気力の働く空間

- ②リーファーコンテナの電源を入れると即時鮮度保持機能を発揮。



2 電場機能付コンテナ、リーファーコンテナ、ドライコンテナの機能を1台で実現

- ①設定温度:-30°C~+30°C
- ②リーファーコンテナと同一の容積・積載重量を実現



電界シミュレーションを用いたイメージ図

3 作業時に特別な操作不要、貨物の追加搬入・一部取出しが可能

- ①高電圧を印加する電極はPVC(ポリ塩化ビニル)で被覆
- ②安全装置により扉の開閉時に電場のON・OFFが切替わる
扉を開ける→電場OFF、扉を閉める→電場ON



安全装置

2.実証実験結果 (いちご)



いちごの棚持ち期間検証で「棚持ち7日間」達成しました!



fresh bank

実験開始時



保存実験期間
(保存14日目)



◎鮮度維持

棚持ち実験期間
(保存21日目)



◎鮮度維持

棚持ち
7日間!

リーファー
コンテナ



外観の劣化あり

外皮に黒カビ発生

×鮮度劣化



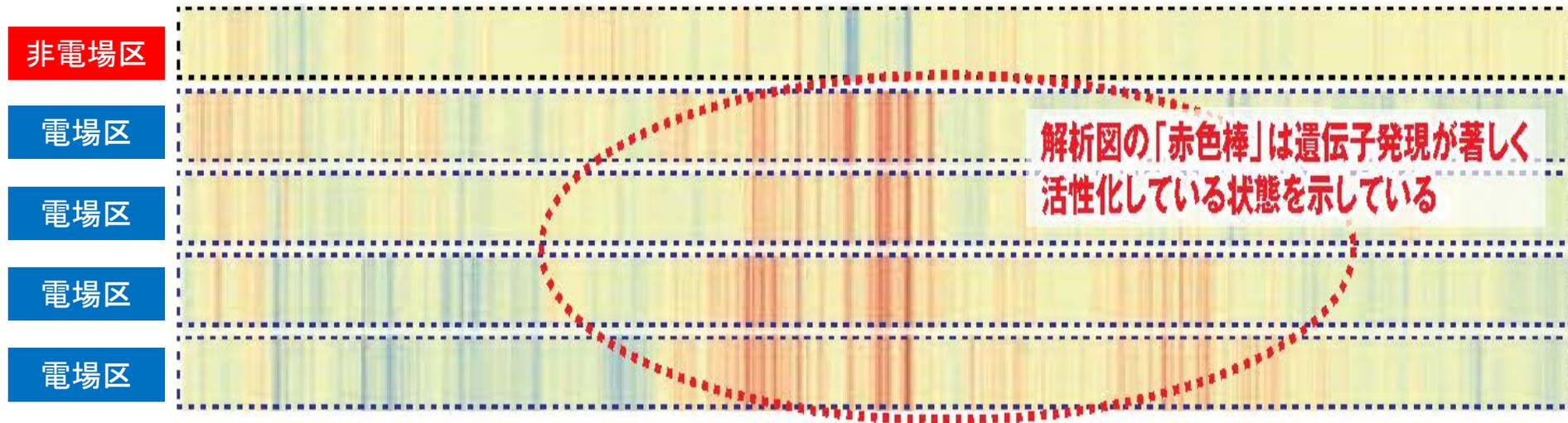
外観に変色あり

白カビ発生

×鮮度劣化

3.高鮮度で保持できる要因(学術的根拠)-青果物

電場環境下で保存した「シロイヌナズナ」の遺伝子発現プロファイルクラスタリング解析



電場環境が植物の状態に影響を与える

老化抑制

オーキシシン

UP

植物の老化を抑制

老化促進

アブシジン酸
ジャスモン酸

DOWN

老化に伴う

- ・香気成分の生成
- ・細胞壁の分解

抑制

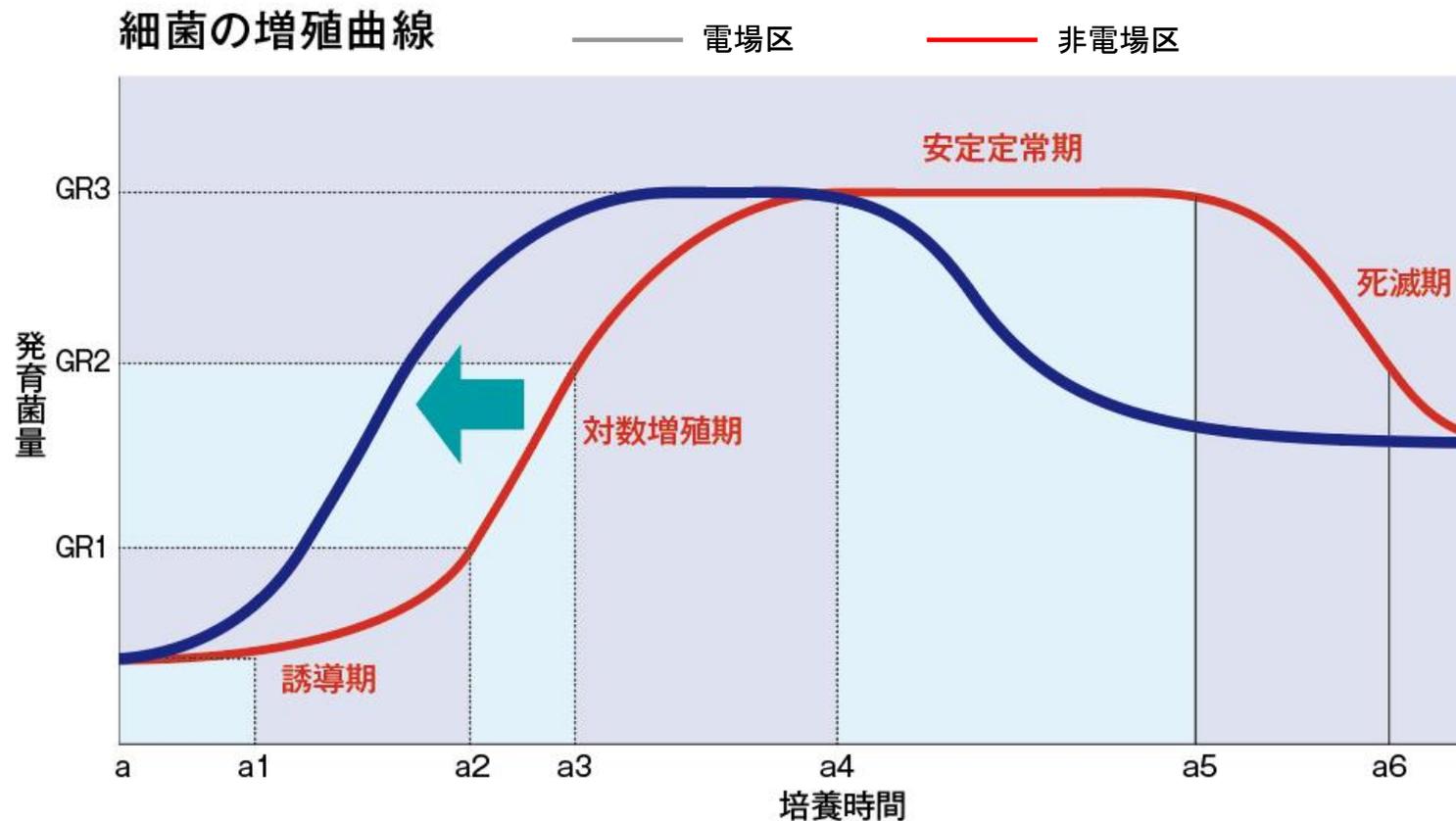
棚持ち性の向上

4.高鮮度で保持できる要因(学術的根拠)-食肉

食中毒原因となる可能性を有する微生物群数は、電場環境下では早い段階で微生物の死滅期をもたらす可能性がある。

(安定定常期が非電場環境下よりも短期間となっている可能性がある。)

食肉長期保存において大きなアドバンテージとなる



5.海外輸送実験事例

年	月	発地	着地	輸送品目
2018年	7月	博多	香港	いちご、シャインマスカット、桃
	12月	東京	香港	いちご3種、ねぎ
2019年	2月	博多	シンガポール	いちご、甘藷等25品目
	3月	博多	マレーシア	いちご
	6月	博多	シンガポール	いちご、甘藷等17品目
	7月	博多	ロサンゼルス	牛肉
	9月	ロサンゼルス	博多	牛肉
	12月	博多	シンガポール	いちご、甘藷等13品目
2020年	1月	東京	シンガポール	いちご2種、トマト等11品目
		博多	シンガポール	いちご3種等12品目
		博多	上海	カーネーション、バラ、菊等7品目
	2月	東京	マレーシア	いちご、ミニトマト等6品目
	4月	東京	シンガポール	いちご
	10月	苫小牧	ロサンゼルス	長芋

※お客様への貸出し含む

(数値：2020年6月1日)

		20フィート	40フィートハイキューブ
コンテナ外観			
外寸法	長さ (mm) External Length	6,058	12,192
	幅 (mm) External Width	2,438	2,438
	高さ (mm) External Height	2,591	2,896
内寸法	長さ (mm) Internal Length	5,543	11,584
	幅 (mm) Internal Width	2,292	2,292
	高さ (mm) Internal Height	2,222	2,493
自重	kg Tare Wight	3,250	5,100
最大積載重量	kg Maximum Payload	20,750	28,900
最大総重量	kg Maximum Gross Weight	24,000	34,000

ご不明点、ご要望等ございましたらお気軽にご連絡下さい。

日通商事株式会社 営業企画部 担当：池内

TEL:03-6734-8811

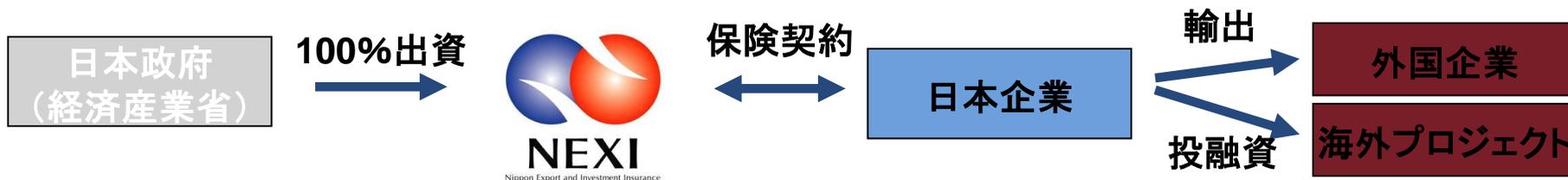
email:ikeuchi@nittsushoji.co.jp



END

日本貿易保険(NEXI)の概要

貿易保険とは 日本企業の海外ビジネスをサポートする保険制度です。この制度はこれまで約70年の実績がある制度です。1950年の制度発足以来、政府が運営してきましたが、2001年からは経済産業省が100%出資する日本貿易保険(NEXI=ネクシー)が運営しています。
(2017年4月にNEXIは政府100%出資の株式会社になりました。)



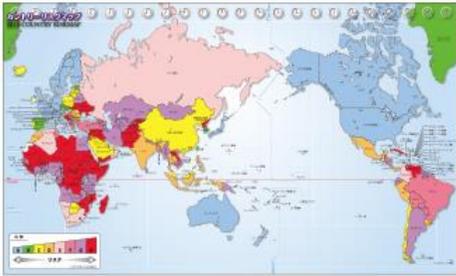
名称 :	株式会社 日本貿易保険 (NEXI: Nippon Export and Investment Insurance) (2001年4月に経済産業省100%出資の独立行政法人として設立。 2017年4月より 政府100%出資の特殊会社として株式会社化)
事務所 :	東京、大阪、パリ、ニューヨーク、シンガポール
役員員数 :	195名 (2019年4月1日)
資本金額 :	1,693億5,232万4,369円 (全額政府出資)
業務 :	貿易保険事業
ホームページ	https://www.nexi.go.jp/



NEXIウェブサイトのご紹介

お問い合わせ先

国別の引受方針



- カントリーリスクに応じて各国をA~Hの8ランクに分類し、ランクに応じた保険料率を適用します。
- カントリーリスクの高い国は、引受金額や決済期間を一部制限しています。

※カントリーリスクマップは[こちら](#)

海外取引先の格付・与信枠

- 取引先の信用状態に応じて格付けし、与信枠を設定します。
- 格付けに応じた保険料率を適用します。
- 個別保証枠の範囲内で保険のお引受が可能です。

名簿区分		定義	信用状態
G	Government	政府機関、政府関連機関、及び国際機関等	EE (優良)
E	Enterprise	民間企業	EA (良)
S	Security	銀行 (Gに区分される銀行を除く)	EF (可)
P	Provisional	上記のいずれにも該当しない者	EC (注意)

※EC以下は原則信用危険をカバーできません。ただし与信状(L/C)があれば、カバーできる場合があります。

貿易保険の紹介動画を、複数ご用意しております。[こちらをクリック!](#)

貿易保険とは?

保険商品

保険料の目安

保険金支払事例
留意点紹介

貿易保険の流れ

実際に貿易保険のお手続きに進む方は、[こちらをクリック!](#)

※NEXIホームページで動画配信中→

【東日本(含 沖縄)】

本店 営業第一部 営業推進グループ

電話番号 03-3512-7563

0120-671-094(フリーダイヤル)

【西日本(福井、岐阜、愛知以西、除 沖縄)】

大阪支店 営業グループ

電話番号 06-6233-4018

0120-649-818(フリーダイヤル)

[こちらをクリックしてください](#)

貿易保険概要

① 貿易保険の概要



初めて貿易保険をご利用いただくお客様向けに、「貿易保険の概要」をご案内します。貿易保険がカバーするリスク(特殊危険・信用危険)及び、保費金払戻条件を簡単にまとめた5分程度の動画となっております。

② 保険商品



NEXIが提供する保険商品のうち、「輸出取引にご利用いただける商品」をご案内します。各商品の特徴と保険料を比較しながらご覧いただけます。なお、動画中にある「中小企業・農林水産業向け全宗庫」の商品選択については、対象となる金融機関の一覧はウェブサイト(<https://www.nexi.co.jp/cooperation/network/>)に掲載しております。

③ 引受方針



貿易保険の引受方針は、輸出先のカントリーリスク(国カテゴリー)と取引先の信用状態(与信枠)に基づいて行われます。この動画では、「国カテゴリー」と与信枠の付け方を案内します。

④ 貿易保険利用の流れ



初めて貿易保険をご利用いただく際に必要な「お手続きの流れ」をご案内します。なお、お手続きの詳細は、動画⑤「保険利用者登録の方法」及び、⑥「海外拠社(バイヤー)登録の方法」でご確認いただけます。

⑤ 保険利用者登録の方法



保険申込前に必要なお手続きの一つである、「保険利用者登録の方法」をご案内します。保険利用者登録により、ユーザーページが開設され、取引先の海外拠社登録や保険料試算、保険申込書が可能になります。本リンク先

⑥ 海外拠社(バイヤー)登録の方法



保険申込前に必要なお手続きの一つである、「海外拠社登録の方法」をご案内します。海外拠社とは、業種を問わず海外企業様の総称であり、これらを使用した登録に基づきNEXI独自で審査・格付を行います。本リンク先

ネットGFP超会議 ご説明資料

2021年3月16日

Logmore社のQRコード型データロガー

会社名	Logmore Oy
拠点	フィンランド・ユバスキュラ
設立年	2017年
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ダイナミックQRコードを活用した世界初のデータロガー。輸送物管理技術を低価格にて提供。 電子ペーパーにQRコードが表示されるため、内蔵センサーが温度等の指標を測定する度、電子ペーパー上に新たなQRコードを生成・表示。 蓄えた情報の読み取りはスマホで完結するため、読取り用の専用機器が不要。 閾値を設定し、アラーム機能を設定することも可能。 現在、DHLやDB Schenker等、ヨーロッパを中心に世界で270以上の企業が活用中。



4cm



温度



湿度



衝撃



傾き



明るさ



出荷時に商品にQRタグを貼付



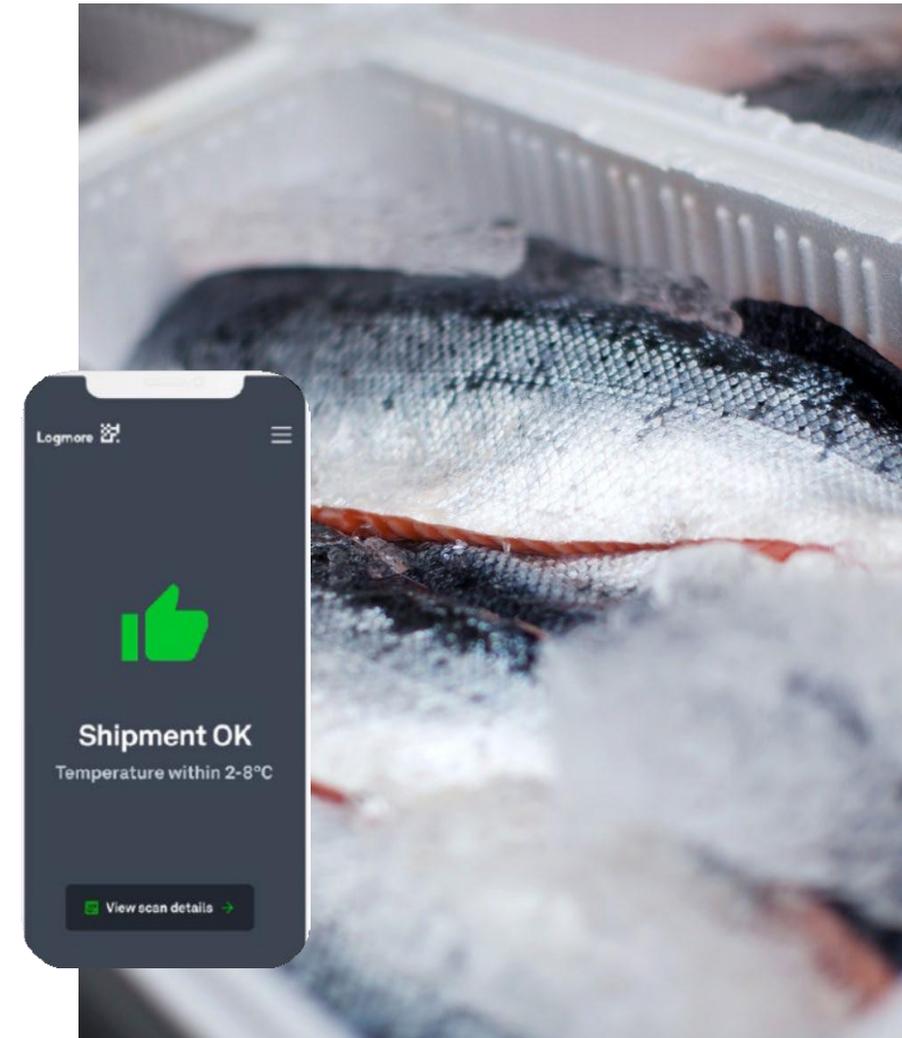
受取時にQRコードをスマホで読み取ることで、データを自動でクラウド上に保存



発送から受取りまで全行程の商品の状態を簡単にいつでも確認・管理可能

飲食料等、繊細な商品で活躍

- ▶ 新鮮な食品等は適切な温度で管理されないと、品質の劣化が著しいため、細かいモニタリングを必要とする。
- ▶ しかし、トラックやコンテナ単位の温度管理では、内部の温度のバラつきから個別商品それぞれの温度モニタリングが難しい。
- ▶ LogmoreのQRタグをパレット毎、コンテナ毎、または商品毎、を組み合わせ使用できる。
- ▶ 容器の内部と外部に貼ることにより、水産物の管理状況もしっかりモニター。
- ▶ -40℃まで対応しているため、冷凍食品等にも使用可。加えて、外付けセンサーを付け加えることで-100℃まで対応可（下図参照）。



Logmoreと従来の輸送物の品質管理ツールの比較

Logmore



Testo 174T



Bosch



Blulog NFC



形式

電子QRコード

USB

Bluetooth

NFC

利便性

- スマホでデータを瞬時にクラウド上に保存可能。
- PCとつなく拡張機器、USBアダプターが必要
- データはそれぞれの機器に蓄積。
- 専用機器とBluetooth環境が必要
- データはそれぞれの機器に蓄積。
- NFC対応のAndroidスマホ、専用アプリが必要。
- データはそれぞれの機器に蓄積。

情報

- 温度、湿度、衝撃、傾き、明るさ
- 温度のみ
- 温度、湿度、衝撃、傾き、明るさ
- 温度のみ

Nordic Ninja VC/Logmore Oy

宗原 (tomosaku@nordicninja.vc)

太田 (ryo@nordicninja.vc)

1 「輸出食品専用保険」のご紹介

「腐敗・品質劣化」や「温度変化損害」等の
リスクへの対策は万全ですか？

輸送中の
火災・爆発
による損害

輸送中の荷崩
れによる破損

輸送中の
腐敗・品質劣化

輸送中の
温度変化損害

輸入不許可命令
による損害・費用



輸送中の輸出食品の多様なリスク



「輸出食品専用保険」が解決します！

2 「輸出食品専用保険」の概要

- 通常の外航貨物海上保険では対象とならない、**腐敗・品質劣化損害**や**温度変化損害**を含めて、輸出食品に輸送中に生じた損害を包括的に補償します。
- **輸出仕向国の検疫で輸入不許可となった場合の損害・費用**も、オプションで補償を追加することが可能です。
- 輸出者となる事業者を対象としたもので、**輸出者が保険手配を行うことが前提**となります。そのため、売買契約がCIF条件またはDelivered条件の場合にのみご契約いただけます。

輸出食品の輸送中^(注)のリスクを包括的にカバー！



(注)輸送中とは、輸出食品が「仕出地の倉庫または保管場所において、輸送の開始のために輸送車両または他の輸送用具に直ちに積み込む目的で初めて動かされたとき」から「仕向地の最終倉庫または保管場所において、輸送車両または他の輸送用具からの荷卸しが完了したとき」の間をさします。

3 「輸出食品専用保険」の補償内容

(1) 基本補償

基本補償

輸送中の食品が、**偶然かつ外来的な事故により被った損害**を補償します。



(2) 常温・冷蔵輸出食品

腐敗・品質劣化補償特約(輸出食品専用保険用)

1事故あたり500万円を限度に、輸送中に発生した**腐敗・品質劣化損害**を補償します。ただし、10%の自己負担額が適用されます。

(本船または航空機到着後10日以内にサーベイの実施依頼が行われた場合に限りです。)

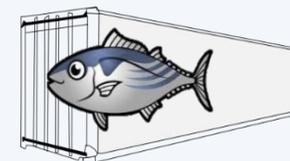


(3) 冷凍輸出食品

冷凍貨物に関するお引受の前提

冷凍貨物の**温度変化損害**を補償します。

(この保険の終了時(輸送終了時)から30日間以内に当社へ事故の通知を行うこと等の前提条件を満たす場合に限りです。)



上記以外にも、**残存物取片付け費用・廃棄費用**や**急送費用**を補償します。



4 <ご参考> 生鮮青果物輸出ハンドブック

生鮮青果物固有のリスクと、食品の輸出に際して留意すべき事項をまとめた「生鮮青果物輸出ハンドブック」を作成しており、無料で差し上げております。

生鮮青果物のみならず、食品全般の輸出にかかわる損害の事例・チェックポイントも掲載しておりますので、輸送計画のご検討や見直し等の際にぜひご活用ください。

II. 輸送開始前段階における留意点（海上輸送・航空輸送共通）

1. 輸送計画

先述の通り、最適な貯蔵条件（湿度、温度など）を維持できず、ロスや品質低下（品質劣化）には限度がありますので、輸送する生

2. 梱包

(1) 損害の事例



海上輸送で輸出された生鮮青果物日本国内での輸送に使用している国内輸送用のカートンは強度が不足し、国際輸送用のカートンに国内輸送用のカートンを使用したことが原因で、カビが発生し腐敗が確認されました。

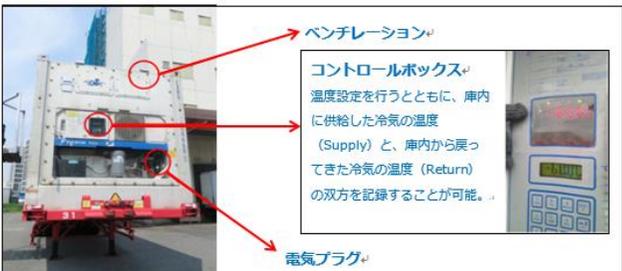
(2) チェックポイント

① 積み上げ

① 輸送温度の設定

慣例として船会社が荷主に代わってリーファーコンテナの温度設定を行ったうえで、コンテナを引き渡しているケースが多く、このようなケースではリーファーコンテナの温度設定が誤っていたことが原因で腐敗したり、反対に冷蔵で輸送すべき生鮮青果物が過冷却により凍ったりといった損害が発生しています。このような事故を防止するため、コンテナのコントロールボックスに表示されている温度を確認し、輸送開始前に適切な温度設定がなされているかをチェックする必要があります。

また、リーファーコンテナには「データロガー」と呼ばれる輸送中の庫内の温度を記録できる機能が備わっていますので、到着後に船会社からデータロガーを取り寄せて輸送中の温度変化の有無を確認することが可能です。輸送中の温度情報が確認できれば、発生した損害について船会社に求償できる可能性があります。ただし、船会社によってはデータロガーを開示しない方針を取っている場合もあるため、この場合は事前に設定温度について船会社と詳細な取決めを行うなどの対策が必要です。



ベンチレーション

コントロールボックス

温度設定を行うとともに、庫内に供給した冷気の温度 (Supply) と、庫内から戻ってきた冷気の温度 (Return) の双方を記録することが可能。

電気プラグ



MS&AD
三井住友海上

生鮮野菜・青果物
輸出ハンドブック

2019年4月
三井住友海上火災保険株式会社



タフビズ グローバルPL保険のご紹介

(海外生産物賠償責任保険 (海外P L 保険) 定型プラン)

本資料は、G F P 超会議用にグローバルP L 保険の内容を抜粋したものです。
ご契約にあたっては必ず「タフビズグローバルPLパンフレット」および「重要事項のご説明」をあわせてご覧ください。
また、詳しくは「普通保険約款・特約」をご用意していますので、取扱代理店または引受保険会社までご請求ください。

2021年3月16日

もしも・・・

商品の欠陥により海外で事故が発生すると、
高額な損害賠償を求められる可能性があります！

事故事例

ケース1

スペインで牡蠣を購入し食べた
男性が食中毒で死亡。
遺族が販売店を訴えた。

原告勝訴（1999年）
3,000万ペセタの賠償
（約1,860万円）

ケース2

アメリカの販売店で購入した調理済の
鶏肉商品に、サルモネラ菌が混入し
腸炎を発症。訴えられた販売店は、
製造業者・卸業者に求償した。

原告勝訴（1993年）
110万米ドルの賠償
（約1億1,900万円）

補償内容

日本国外において発生した
対象商品に起因する他人の身体障害または財物損壊
について、
法律上の賠償責任を負担することによって被る損害
に対して、保険金をお支払いします。

お支払する保険金

① 損害賠償金

② 争訟費用

③ 差押解除ボンドの費用

④ 協力費用

⑤ 応急手当費用

★回収（リコール）費用 ※オプション

補償されるケース

ケース1

自社商品を
直接海外に
輸出した。

ケース2

海外にいる方が
ECサイトで
購入した。

ケース3

日本国内に
納品した商品が
原材料となって
海外輸出された。

ケース4

日本国内で
販売した商品が
「お土産」として海外
に持ち出された。

保険加入のメリット

1. 慣れない訴訟対応。
さらに海外での弁護士手配など
大変そう・・・。

**弁護士の手配や被害者との
示談交渉などをお客さまに
代わって弊社が対応します。**
不安の多い訴訟対応を全面的
にバックアップしますので安心です。
※防御対応が法的に許される国に限ります。

2. 保険加入前に輸出した、
もしくは流通した・持ち出しされた
商品はどうなるの・・・。

**過去に輸出した、もしくは流通
した・持ち出しされた商品も
保険の対象となります。**

※初年度契約始期日の10年前までを遡及日と
します。

さらに、**英文保険証券・英文約款**となりますので、
取引先との商談をスムーズにすすめることが可能です！

保険料例

輸出品目：農畜水産食品 年間輸出高：5,000万円

輸出地域：アジア・その他地域のみ
保険料：10万円～
(下限保険料)

輸出地域：欧州・豪州地域を含む場合
保険料：18万円～
(下限保険料)

輸出地域：北米地域を含む場合
保険料：50万円～
(下限保険料)

北米地域への輸出を含む場合は、特にご注意ください！

ISOやHACCP等による割引制度もございます。
どうぞ気軽にご相談ください。

お問い合わせ先



登録者を探す

たくさんの会員の方から、自分に合うビジネスパートナーを探しましょう。
興味がある事業者の方へ、コンタクトすることができます。

GFPサイトで、「あいおい」と検索してください。
あいおいニッセイ同和損害保険のマイページが表示されます。
グローバル P L 保険のチラシ、パンフレット、ヒアリングシート、
お問い合わせ先を掲載していますので、是非ご覧ください！！

(注) タフビズグローバル P L は対象製品の輸出額が50億円以下のお客さまがご加入いただける商品です。
輸出額が50億円を超えるお客さまには別途ご案内いたします

ご清聴ありがとうございました。

<GFP超会議の内容に関するお問い合わせ先>

東京都中央区日本橋3-5-19

あいおいニッセイ同和損害保険株式会社 公務部 公務開発室

佐々部 博務 (ささべ ひろむ)

E-mail : hiromu.sasabe@aioinissaydowa.co.jp

吉田 亮二 (よしだ りょうじ)

E-mail : r-yoshida@aioinissaydowa.co.jp

※弊社では、在宅勤務を推進しております。

お手数ですが、お問い合わせは上記2名へのメールにてお願いいたします。

MS&AD あいおいニッセイ同和損害保険株式会社

※本資料は、セミナー説明用の資料です。