

青果物輸出産地セミナー & マッチング ～北海道

アクセントチャ株式会社
2022年8月4日

開催概要

セミナーにて道内青果物の輸出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。

← 8/4(木) 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)

(準電) 道産産物と国産産物の違い
直接輸出は、当社が業主となり海外の相手業者に商品を販売するのに対し、間接輸出は、輸出業者を通じて輸出を行う。

	国内	海外
経路	生産者・メーカー → 輸出業者 → 輸入・販売業者(バイヤー) → 小売・外食(バイヤー)	生産者・メーカー → 輸出業者 → 輸入・販売業者(バイヤー) → 小売・外食(バイヤー)
ポイント	<ul style="list-style-type: none">・バイヤーと直接交渉できる・商社が中心となり関税の負担が軽減される・現地の商社がサポートしてくれる	<ul style="list-style-type: none">・日本の輸出業者と交渉できる・海外のバイヤーと交渉できる・輸出業者が関税の負担を軽減してくれる
デメリット	<ul style="list-style-type: none">・外国産物と品質が異なる可能性がある・海外からのバイヤーの数が少ない・海外からのバイヤーのニーズが異なる	<ul style="list-style-type: none">・現地の商社と交渉できる・海外からのバイヤーの数が少ない・海外からのバイヤーのニーズが異なる

- 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で商談
 - コロナの状況等で会場に来れない場合はオンラインでの商談を想定
- 交流会は、商社・コンサル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

商談参加バイヤー

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。
シティ・スーパー※オンライン参加 (小売チェーン)	香港・台湾・中国(上海)	香港・台湾・上海で高級スーパーを展開。日本産品の定番から珍しい品まで、シティ・スーパーだけが取り扱う商品が多数存在。
国分北海道 (食品卸売)	中国・ベトナム・マレーシア・シンガポール等	国内トップクラスの仕入れ先・取扱い商品を持つ食専門の卸。北海道の食文化に精通し、地域に根差した商品の発掘・選定を行う。
北海道総合商事 (輸出商社)	ロシア・中国・台湾・シンガポール・タイ等	北海道銀行の社内ベンチャーとして立ち上がった輸出商社。ロシアの永久凍土でトマトの栽培を試みるなど革新的な取り組みを実施。
九州農水産物直販 (輸出商社)	香港・シンガポール・台湾・中国	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。
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。

北海道産青果物輸出拡大に向けたポイント

- 従来、青果物輸出は果物・かんしょ・ながいもに留まっていたが、“**巣ごもり需要**”を受けて、**野菜**の輸出が拡大している
- 北海道は国内においても、多品目・大規模生産地であり、**北海道ブランド**を活かした**安定供給・大ロット輸出**のポテンシャルが高い
 - 道産野菜では、ながいもに加え、**たまねぎ・かぼちゃ・にんじん・じゃがいも**・生産拡大中の**かんしょ・大根・葉物野菜・にんにく**等が有望品目
- **メロン・アスパラガス・とうもろこし**等も小ロット・航空輸送での可能性
- **海外EC**における日本産野菜の取扱い増加・日系EC事業者の海外展開
- 技術を活かした**青果加工品**・高付加価値の**冷凍野菜・カット野菜**への期待
- 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

北海道産青果物輸出拡大に向けた物流のポイント

- 広大な面積を有する北海道では、効率的な輸送に向け**同一・近隣エリアにおける集荷パターン**を確立することが重要
- 道内港湾(苫小牧・石狩等)は船足が長く、航路上釜山の混雑も考慮する必要があり、**品質保持**が最大の課題
- 最短距離/時間での**輸送ルート構築** (回送費が高く、利用できる港湾が限られる**CAコンテナ活用**スキーム等含めて) ・**包材規格統一**等の青果物物流の最適化が重要
- 収穫時期・輸送温度帯が異なるため、**海上混載輸出**の難易度が高い青果物(特に野菜)の**混載輸送技術**の確立も合わせて必要
- 特に小口での輸出の場合、**道内輸送コスト**が割高になる懸念もある
- GAPをはじめとした青果物の**トレーサビリティ・サステナビリティ**担保への要請

青果物輸出産地セミナー&マッチング in 北海道

**十勝清水町における
「にんにく」の輸出産地づくり**

**JA十勝清水町
富樫 和之**

**JA十勝清水町
北野 友康**

JA十勝清水町のご紹介

「ウィルスフリー種子」と「しみず有機」を生かした高品質にんにくを生産しており、十勝若牛等へ続く輸出品目としての確立を図る。

「ウィルスフリー種子」と「しみず有機」を生かした高品質にんにく



- 北海道上川郡清水町に所在：346戸・14,761haの作付面積
- にんにくが必要とするミネラルを多く含み、地力増強に効果のある「しみず有機」肥料を10年前から十勝清水にんにくに使用
- ウィルスフリー種子を開発済みであり、にんにくの生産性向上、単位収量アップが期待できる
- 「十勝若牛」・「とれたんと」等のブランドを有しており、輸出に挑戦しにんにく（加工品）に一定の手ごたえ・評価を得て実現する

「しみず有機」の特徴

バイオマス資源から有機肥料「しみず有機」を生産し、耕種農家が利用して生産した作物を「とれたんと」としてブランド化する循環型農業を展開。

バイオマスを利用した有機肥料・循環型農業へ



しみず有機（左）
とれたんとのアスパラガス（右）

- 大雪山系の豊かな水資源を背景に畜種、耕種ともに**多様性に富む農業**を展開
- 清水町内の乳牛糞と採卵鶏糞、木質天然チップを混合し、成形した完熟堆肥ペレット「**しみず有機**」を生産
- 「しみず有機」を利用して生産された作物は「**とれたんと**」と名付けられ、付加価値を付けて**ネットショップ**で販売

輸出開始の経緯

世界を席巻するスペイン産との競争・生産者の省力化等を背景に、北海道ブランドを活かした需要が見込める海外輸出・輸出向け生産に着手。

スペイン産との競争を見据えて輸出向け生産に着手

- 世界のにんにく市場では、スペイン産が席巻。今後、青森をはじめとする従来の日本式のにんにくの生産・販売手法では、国際競争は厳しい状況
- にんにく生産者においては、高齢化・労働力不足等の不安的要素により、生産手法の省力化が急務
- 国際的には、イタリア料理・スペイン料理等が、アジア各国でも人気を博しており、にんにくの需要は、世界的に上昇。アジアにおいて北海道ブランドは、その競争力で優位性がある

→世界に通用する「にんにく」の産地形成・輸出に着手

輸出取組の特徴

スペインの機械・技術を導入して生産の**省力化・効率化**を進めるとともに、**規格外品の高付加価値化**やマーケットインでの販路開拓を推進。

世界の競合産地視察



- スペインにおけるにんにくの**平畝栽培**・Broch社製機械の導入の様子を視察
- 種子分割作業の一元化・機械化による**生産者負荷軽減**
- 北海道での技術導入に向けた検討を実施

輸出向け生産体系改革



- スペインBroch社製の一貫システムを産地として導入
- JA主導による一元的な種子分割～収穫のシステム構築を進め、単収拡大・効率化推進
- 病気に強い種子開発・マルチの手間削減

海外プロモーション・規格外品の付加価値化



- **規格外品**を使用した加工品の開発・道産野菜と連携したメニュー提案
- **台湾出身スタッフ採用・台湾常駐を通じた現地販路開拓**
- 台湾・香港・フィンランドへの輸出に成功



スペインでの平畝栽培。

* 日本では全株を上向きに植え付けるが、スペインでは各株が横や逆さ等、拘りなく植え付けるが、芽は均一に上向きになる。

（ここで規格外品の割合が多くなることが予想される）

* 北海道では、寒さの関係からもうすこし深く植える必要があるが、broch社製機械の播種や収穫の効率には影響ない。



日本では手作業でやっている種子分割。この作業をJAが一括し、機械導入による効率化を図ることで、にんにく生産に乗り出す生産者のハードルがかなり下がる。

スペイン視察結果を踏まえて、broch社製の一貫システムを導入し、JA主導での効率的な輸出向け生産～収穫が行える体制を構築。



・ 病気に強い種子の開発

- ウィルスフリー種子が行き渡らせることにより、これまでの慣行高畝方式に限らない独自路線を選択可
- マルチを掛ける手間が削減

・ スペインbroch社製の一貫システム導入

- JA主導による一元的な種子分割・播種・収穫の一環システムの構築を目指す。
- 「北海道の広大さ」がこれまでは、弱点になっていたが、これを武器に変えることができ、北海道でにんにく生産を行う意味を最大化



	種子分割	播種	収穫機
現状	200kg/時間	15,680株/反	0.25ha/日
broch社製機械	1t /時間	22,200株/反	2～2.5ha/日
効率	5倍	41.5%増	10倍

天候、圃場条件、圃場形状により左記効果は図れない場合がある。

組合員である生産者との連携

生産者と連携しつつ、輸出を見据えた生産方式の改善を通じた省力化・規格外品の加工品開発を通じた高収益化に取り組む。

- 輸出を通じてニーズの異なる市場を取り込むことで、規格外品を含め安定した流通ルートを確保
- 海外市場に安定的に商品を供給するためには、育苗～播種～収穫の作業を安定化・大規模効率化することが必要
- そのコントラの基盤になる大型機械の導入や作付方法に変更にあたっては、**生産者と一緒にスペインに赴き、共に研究していくことで理解を醸成**
 - **一連の作業にJAによるコントラ方式を取り入れることで、生産者に対して、生産に係る省力化が実現！**
 - **規格外品を使った加工品の輸出促進により、にんにく生産が生産者に高収益をもたらすよう意識！**

規格外品を使った高付加価値加工品を複数開発し、他国料理への活用提案・道産野菜とのコラボレーション提案等を積極的に実施。

にんにくを活用した調味料

コラボメニュー検討



- 機械化による増加する規格外品を活用した高付加価値加工品

- にんにくマヨネーズ
- にんにくマスタードソース
- にんにくドレッシング
- にんにく調味料 等

- 台湾：ABCクッキングスタジオにおいて、アヒージョ・トルティージャ・スペイン料理等でのメニュー検討・試食会を実施

- インフルエンサーシェフと連携した、道産野菜とにんにくマヨネーズ・マスタードでのバーニャカウダーのプロモーションを実施

ターゲット国（台湾）のニンニク輸入現状

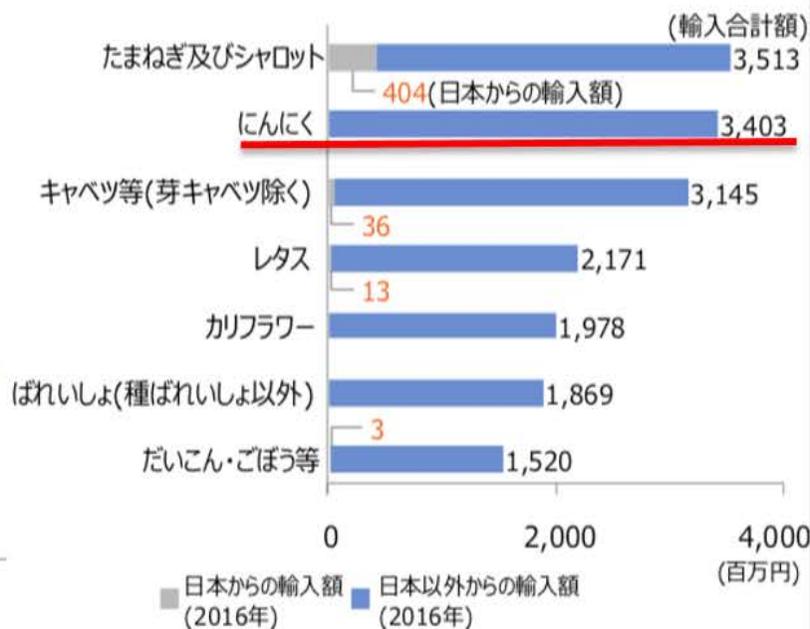
台湾の生鮮野菜輸入動向よりニンニク輸出への可能性が高い。アジア圏、食文化を含め日本のニンニクが受け入れられる余地あり。

台湾は外国産ニンニクを受け入れる文化が存在。

台湾における生鮮野菜輸入金額と成長率
(輸入先国上位5ヶ国と日本)※2



台湾における
輸入生鮮野菜の上位品目と日本からの輸入状況※2※3

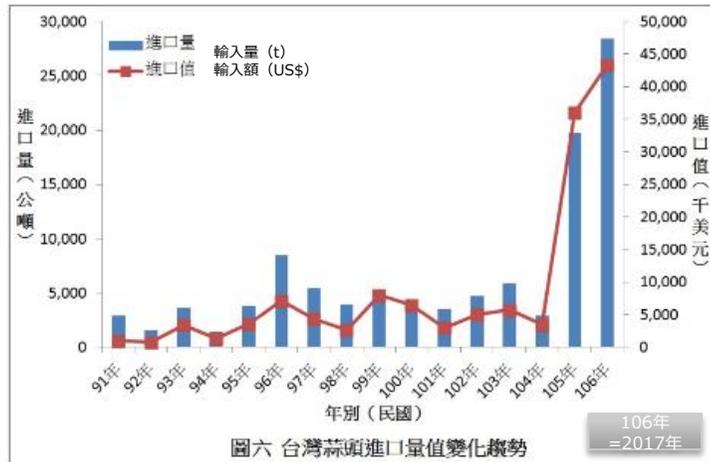


アクセントチュア「平成29年度輸出戦略実行事業」野菜の輸出拡大に向けた調査報告書

ターゲット国（台湾）のニンニク輸入実情

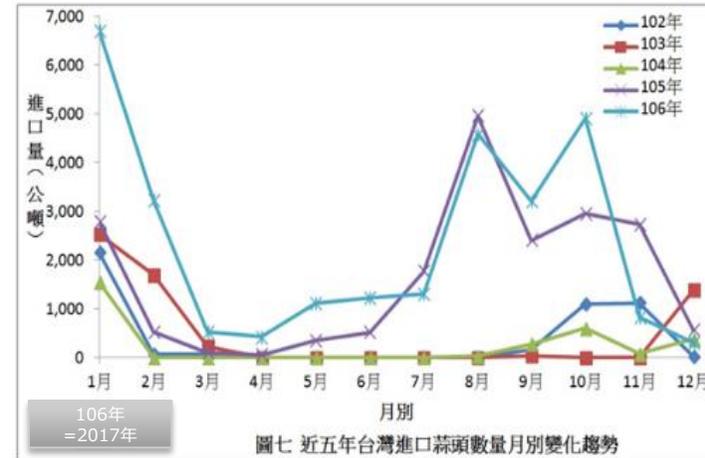
台湾から見て遠方国からの輸入傾向にあり。世界的産地間での端境期対応？ 親日、食文化から別口アプローチでの取り組みが必要。

台湾の輸入にんにくの推移



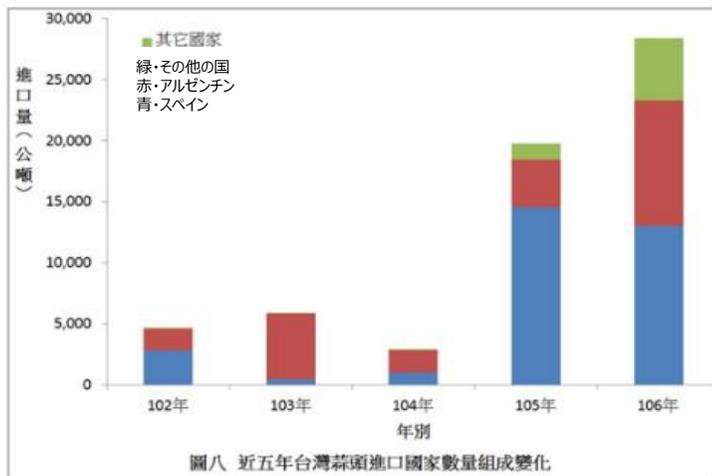
図六 台湾蒜頭進口量値変化趨勢

台湾/直近5年の月別輸入にんにくの推移 (単位:t)



図七 近五年台湾進口蒜頭数量月別変化趨勢

台湾/直近5年の国別輸入ニンニクの推移 (単位:t)



図八 近五年台湾蒜頭進口国家数量組成変化

2017年の台湾輸入ニンニクの量・金額・単価

進口來源 國家	輸入量 (単位:t)	輸入額 (単位:US\$)	輸入単価 (単位: US\$/kg)
合計	28,395	43,313	1.53
スペイン	12,988	19,477	1.50
アルゼンチン	10,270	17,341	1.69
エジプト	2,993	3,939	1.31
インド	2,055	2,214	1.07
アメリカ	38	267	7.03
タイ	27	61	2.26
ベトナム	22	17	0.77
日本	3	27	9.00

※アメリカ産と日本産は黒にんにくと思われる

ターゲット国（台湾）におけるにんにくのニーズ

日本産黒にんにくは価格競争力があり、中でも、若者に人気の高まっているイタリア料理店・スペイン料理店向けの業務向けが有望。

需給・市場動向

- **にんにく全体の需要は高まっており**、スペイン産を中心に輸入が増加傾向
- 日本と異なり、「片売り」が日本での一般的流通形態である「玉売り」よりも高い
- **黒にんにくの相場が高く**（10500-15000円/kg）、十勝清水産黒にんにくの国内流通価格（8000円/kg）の130%-180%に達する

黒にんにくの消費者イメージ

- 年配者には「にんにく=チキンスープ」だが、**若者には、イタリア料理・スペイン料理**のイメージ
 - 台湾でイタリア料理は人気急上昇中で、スペイン料理の客単価は日本料理より高い
- 日本産黒にんにくは流通していないが、レストラン関係者・若者は**食味を高評価**
- 黒にんにくは健康に良いというイメージは浸透

競争力の高い製品（国内価格比）

- 第1位：**黒にんにく・加工品**
（130-180%）
- 第2位：剥きにんにく（75%）
- 第3位：バラ片にんにく（65%）
- 第4位：玉にんにく（25-30%）

黒にんにくターゲット層

- 第1位：**高級イタリア料理店・スペイン料理店向け業務用**
- 第2位：健康食品専門店
- 第3位：若者が出入りするトレンド的な食材店

台湾出身のスタッフを雇用した上で、有名シェフ・インフルエンサーを活用したプロモーション・試食会等を実施。

現地スタッフが台湾常駐・マーケットインでのPR



- 台湾出身スタッフを採用し、台湾に常駐して、マーケットインでのプロモーションを実施
- 台湾では、新しい素材を活かした創作料理が人気であり、有名シェフ・インフルエンサーと連携したプロモーションが有効
- 台湾で人気のパン屋と連携した黒にんにくベーグルを開発し、販売開始



(参考1) インフルエンサーシェフと連携した料理教室とSNS

インフルエンサーシェフと連携した料理教室を実施し、他の道産品と合わせてにんにく・にんにく加工品の活用方法を発信。

圈媽烹飪筆記



いいね112、コメント6

1/20 FBファンページ投稿

【簡易翻訳】

今日参加してきたのは、JA十勝清水にんにくソースと黒にんにくの新しい食べ方、台湾でのマーケティング検討会！会場はとても雰囲気があり、あらゆる分野のゲストがカジュアルに食事をとりながら、たくさんの意見交換をしました。

私は、いつもニンニクが大好きで、黒ニンニクはお気に入りの材料の1つです。

適切な温度、湿度、時間で発酵・熟成され、抗酸化物質やポリフェノールの含有量は一般のにんにくの数倍であり、優れたヘルスケア製品です。

他にも北海道十勝にんにくを使ったソースは、ガーリックローストミートソースやガーリックマヨネーズなど様々なものがありました。非常によく商品開発です。

今日のシェフは、スペイン料理でさまざまなソースを活用し、「日本のソース」というイメージを打ち破った新しい食べ方を提案してくれました。試食だけでなく、台湾での商品のプロモーションについても皆が意見を述べ、ブレインストーミングを行った興味深い午後でした。

会議へのご招待ありがとうございます。

十勝清水にんにく製品の台湾市場への正式参入を楽しみにしています。



いいね219、コメント3

1/20 IG投稿

(参考2) インフルエンサーシェフと連携した料理教室とSNS

インフルエンサーシェフと連携した料理教室を実施し、他の道産品と合わせてにんにく・にんにく加工品の活用方法を発信。

雪拼女皇



いいね47、コメント11

[1/20 FBファンページ 投稿](#)



【簡易翻訳】

十勝清水にんにくソースと黒にんにくの試食会にご招待いただきました！

様々な業界から集まった専門家との意見交換はとても楽しかったです！

今日のメインは北海道十勝郡産の黒にんにく。湿度を厳しく管理した熟成倉庫で丁寧に発酵・熟成するので1ヶ月かかり、ドライフルーツのような甘酸っぱい味わいで、抗氧化剤やポリフェノールの含有量も豊富。一般のにんにくに比べても数倍栄養価が高いです！チキンスープやご飯との相性も抜群！

台湾市場に参入するためには、何層にもわたる障壁を乗り越えていく必要がありますが、実際の料理や試食などとおして、たくさんのチャンスのお話ことができました！発売を楽しみにしています！

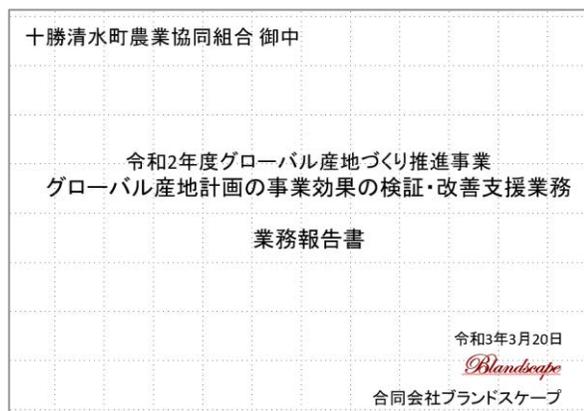
みんなに紹介できる日も楽しみ！

十勝清水の焼肉ソースも超美味しいです〜！

輸出事業計画の策定

「グローバル産地づくり推進事業」を活用して、輸出事業計画を策定済みであり、目標達成に向けて年次でPDCAを回せる体制を構築。

農水省事業を活用した輸出事業計画策定



- 「グローバル産地づくり推進事業」を活用して、輸出事業計画を策定済み
- 十勝清水にんにくグローバル産地推進協議会を設立して、輸出推進体制を整備
- 2022年の目標達成に向けて、輸出コンサル(ブランドスケープ)の支援の下、PDCAサイクル運営・取組改善を継続

GFPの積極的な活用

EU向け輸出商社：Japonteとマッチングし、デジタルカタログを作成した上で商談実施したことで、フィンランド向け輸出に成功。

EU向け商社とのマッチング・北欧輸出に成功



- GFPを通じて、EU向け輸出商社：Japonteとマッチング・デジタルカタログを作成した上で商談実施

- フィンランドのJapanフェアに出品・輸出成功

単協としての輸出取組のポイント

コンサル会社・商社等の外部専門家とチームを形成することで、国内販売と並行して効率的に輸出業務に取り組むことが可能になっている。

- 単協単位で輸出専門の担当者を置くのは難しい部分もあり、GFP等のサービスも活用しつつ、外部専門家を交えた「チームワーク」としての輸出体制を構築
- 市場分析～戦略立案～商品開発～マーケティング～輸出実務等について一貫してコンサルティング会社・商社と密にタッグ
 - **単純に今ある商品を展示会に出すというやり方でなく、外部専門家と市場ニーズを分析し、そこからの逆算で商品開発！**
 - **GFPでのピンポイントでの商談マッチングに繋げる！**
 - **上記を通じて、効率良く、他の業務との兼任した形での輸出に取り組むことが可能**

商談におけるJAの役割

マーケットイン発想でのニーズ把握・商品多角化・食べ方提案をJA主体で実施。それに伴う諸活動への生産者理解促進もJAとしての重要な役割。

↑
一気通貫での実施
=JAの役割
↓

1. JA主体での現地ニーズ把握・海外渡航しての現地商談

- 台湾にJA職員が常駐し、商社・現地パートナーと膝詰めで協議・商談・PR

2. ニーズ把握しているJAが商品多角化・食べ方提案までグリップ

- ニーズ多様化に対応すべく、1次加工品(冷凍・刻みにんにく等)、高次加工品(マヨネーズ・ドレッシング・醤油)の検討をJAが実施
- ニンニク醤油・ドレッシングのレシピイラスト(5パターン作成)を、ポストカード裏面に掲載し配布→食べ方まで提案(試食が難しい場合でもPR可能)
 - ✓ 台湾パートナー・料理研究者と連携し、現地食文化を考慮

3. 上記取組に係る生産者との協議・理解促進

- 商談・それに伴う海外渡航含め、新たな取組の際は生産者アンケートを実施
 - ✓ 生産者の理解を得ながら先進的な輸出取り組みを推進

(参考)作成した販促資材(ポストカード)

(表)

HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

十勝清水にんにく Tokachi Shimizu 蒜味濃厚焼肉醬

蒜味濃厚焼肉醬簡單料理！
香蒜紅燒排骨

道産子食材獵人 MiiYan 監修食譜



材料

- ・排骨
- ・蒜味濃厚燒肉醬
- ・黑胡椒

- 1 在排骨表面抹上黑胡椒後放入食品用密封夾鏈袋中。
- 2 在1的夾鏈袋中加入適量「蒜味濃厚燒肉醬」、密封後揉戳夾鏈袋幫助醬料入味。並放入冰箱冷藏室至少3小時。
- 3 用氣炸鍋180度加熱15分後即可享用！也可使用烤箱調理。

十勝清水町農業協同組合 網路商店



(裏)

design:HIYOKO DESIGN



北海道十勝清水町

HOKKAIDO
TOKACHI
SHIMIZU

(参考)作成した販促資材(ポストカード)

試験販売時・店舗無償配布し商品を通じて日本の食文化に触れていただくことを目的とした。
(コロナで思うような販売戦略が実践できないための対応策として活用)

HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU
清水トクチ 味噌和風沙拉

鯖魚罐普切塔

産地子食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1~2人前)

- 水產鯖魚罐頭……1/2 罐
- 小番茄……4 個
- 奶油乳酪……15g
- 莫札瑞拉起司……15g
- 軟法麵包……適量
- 蒜味美乃滋……2 大匙
- 蒜味芥末醬……1 大匙
- 胡椒粉……適量

- 在六罐中加入選乾水分的鯖魚罐、奶油乳酪、莫札瑞拉起司、小番茄、「蒜味美乃滋」及「蒜味芥末醬」後，均勻攪拌。
- 根據個人喜好加入胡椒粉調整味道。
- 將軟法麵包烤熱上剛剛製作的醬料後即可享用。

Point 只要有紅蘿蔔 OK！輕鬆完成紅蘿蔔法式沙拉。也很適合當作三明治的餡。

十勝清水町農畜協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU
清水トクチ 蒜味和風沙拉

蒜味和風沙拉醬
紅蘿蔔法式沙拉

産地子食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人份)

- 紅蘿蔔……適量
- 蒜味和風沙拉……適量

- 將切成薄片的紅蘿蔔再細切成絲。
- 加入蒜味和風沙拉醬和紅蘿蔔絲攪拌。
- 裝入碗中盡量使大功告成!

Point 只要有紅蘿蔔 OK！輕鬆完成紅蘿蔔法式沙拉。也很適合當作三明治的餡。

十勝清水町農畜協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU
清水トクチ 蒜味燒肉醬 (清良)

蒜味燒肉醬 清爽醬鍋

産地子食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人份)

- 煎製適用的肉片 (任意或依個人喜好)
- 蔬菜……適量 (白菜、豆芽菜、蔥等類)
- 蒜味燒肉醬 (清良)……適量
- 水……適量 (燒肉醬 3 次 1 的比例)
- 蒜鹽……適量 切片

- 依據「燒肉醬」3:「水」1 的比例加入鍋中，並開火加熱。
- 加入蔬菜。※根據喜好加入蒜片。
- 加入肉片並加熱至食材全熟後即可享用。

Point 醬料及水的比例可依個人喜好調整。推薦加入蒜片。

十勝清水町農畜協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU
清水トクチ 蒜味醬油

平底鍋簡單料理！蒜味醬油
北海道鮭魚鏢鏢燒

産地子食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人份)

- 鮭魚……2 片
- 蔬菜……適量 (豆苗菜、洋蔥、紅蘿蔔、高麗菜等類)
- 低筋麵粉、沙拉油……適量
- 奶油……10g

●料理調味料

- 蒜味醬油……2 大匙、味噌……1 大匙
- 料理酒……1 大匙

- 將鮭魚裹上低筋麵粉，用油熱鍋的平底鍋煎過雙面。
- 將鮭魚帶皮的那面翻到下面，並加入蔬菜蓋上鍋蓋悶煮。
- 等食材煮熟後加入料理調味料，最後加上奶油使大功告成!

Point 用蒜味醬油和奶油讓鮭魚肉更柔軟！推薦使用「蒜味醬油」調理魚類料理!

十勝清水町農畜協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU
清水トクチ 蒜味柚子醋

蒜味柚子醋簡單料理！
濃郁照燒雞翅

産地子食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人前)

- 雞翅……4 隻
- 蒜味柚子醋……50ml
- 水……50ml

- 將相同分量的蒜味柚子醋及水加入鍋中。
- 加入雞翅蓋鍋悶煮。
- 雞肉熟透後拿掉醬子，並持續加熱至，肉表面出現油亮光澤後即可享用。

Point

十勝清水町農畜協同組合 網走商店



(參考)作成した販促資材

商品を活用したレシピを料理コンサルタントへ依頼。日本の食文化を土台に台湾食文化を考慮したレシピを作成



北海道『十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬』使用食譜

使用豬絞肉簡單料理！
【蒜味肉燥】



道產子食材達人「MiiYan」
監修食譜



※可拿來拌飯或拌麵

<材料>

蒜味日式燒肉醬 (濃厚)

豆瓣醬 1小匙・辣椒・蒜瓣 1片・蔥 3根・生薑 10g

料理酒 1大匙・麻油 1大匙・豬絞肉 250g



① 在熱鍋後的平底鍋中加入芝麻油、生薑、蒜頭、豆瓣醬、辣椒爆香，香味出來後加入蔥、豬絞肉及料理酒。

② 加入蒜味日式燒肉醬 (濃厚) 3大匙後拌炒 3分鐘左右讓醬料收汁後便大功告成！

十勝清水町農業協同組合



北海道『十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬』使用食譜

使用氣炸鍋簡單料理
【紅燒香蒜排骨】



道產子食材達人「MiiYan」監修食譜



<材料>

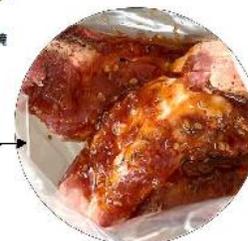
排骨 數塊

十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬 適量

黑胡椒 適量

<料理步驟>

① 排骨抹上黑胡椒後將「十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬」當作醃料和排骨一起加入夾鏈袋中，醬料的量能蓋過肉即可。



② 將①密封後揉勻夾鏈袋幫助醬料入味，並放入冰箱冷藏室內 3 小時。

③ 用氣炸鍋 180 度加熱 15 分鐘後即可享用！



十勝清水町農業協同組合

商談成約率向上のための工夫

複数商談・営業→PRまで実施可能な現地活動の期間を確保することが継続取引に繋げる上で重要。(直近の台湾常駐期間：4~5カ月)

- 10社と商談した場合→帰国後も継続：7社→最終的な取引継続：5社
 - **1-2週間**で獲得できる商談は1社程度→**最終的に成約数0の可能性大**(→“取引からの取引”にも派生しない)
- イベント・催事から、試食・販売にまで繋げることが可能
 - 飛び込み営業→試食・販売→インフルエンサー活用等、“線での活動に繋げる(“単なる情報提供”で終わらせない)
- “北海道 十勝清水町産”PRの回数・期間が増えることで、消費者認知の間口拡大・記憶定着化まで繋げる
 - **産地ブランド化→競合商品との差別化**

川上からのランドデザイン

2022.08.04

株式会社アグリグローバルデザイン
西川太郎



はじめに～株式会社アグリグローバルデザインの自社紹介～

■ 会社理念：農林水産事業者等（アグリ）が世界市場（グローバル）で収益を上げる持続可能な仕組み（デザイン）を構築することで日本の農林水産業の発展に貢献する。

■ 会社概要

会社名：株式会社アグリグローバルデザイン

代表者：代表取締役社長 西川 太郎

ホームページ：<https://www.agriglobaldesign.info/>

■ 業務内容：

- ①農林水産物・食品等の国内外の流通等に関するコンサルティング、②農林水産物・食品等の生産及び国内外の販売、③農林水産物・食品等関わる国内外のプロモーション、④農林水産物・食品等関わる国内外の広告・宣伝、⑤農林水産物・食品等関わる国内外の調査、⑥翻訳・通訳
- ⑦農林水産物・食品等関わる国内外の輸送、⑧システム開発・販売、⑨体験プログラムに関わる企画

株式会社アグリファッショングループ
十勝ガールズ農場



地域商社
北海道十勝の食財有限責任事業組合
(2021年4月設立)



株式会社アグリグローバルデザイン



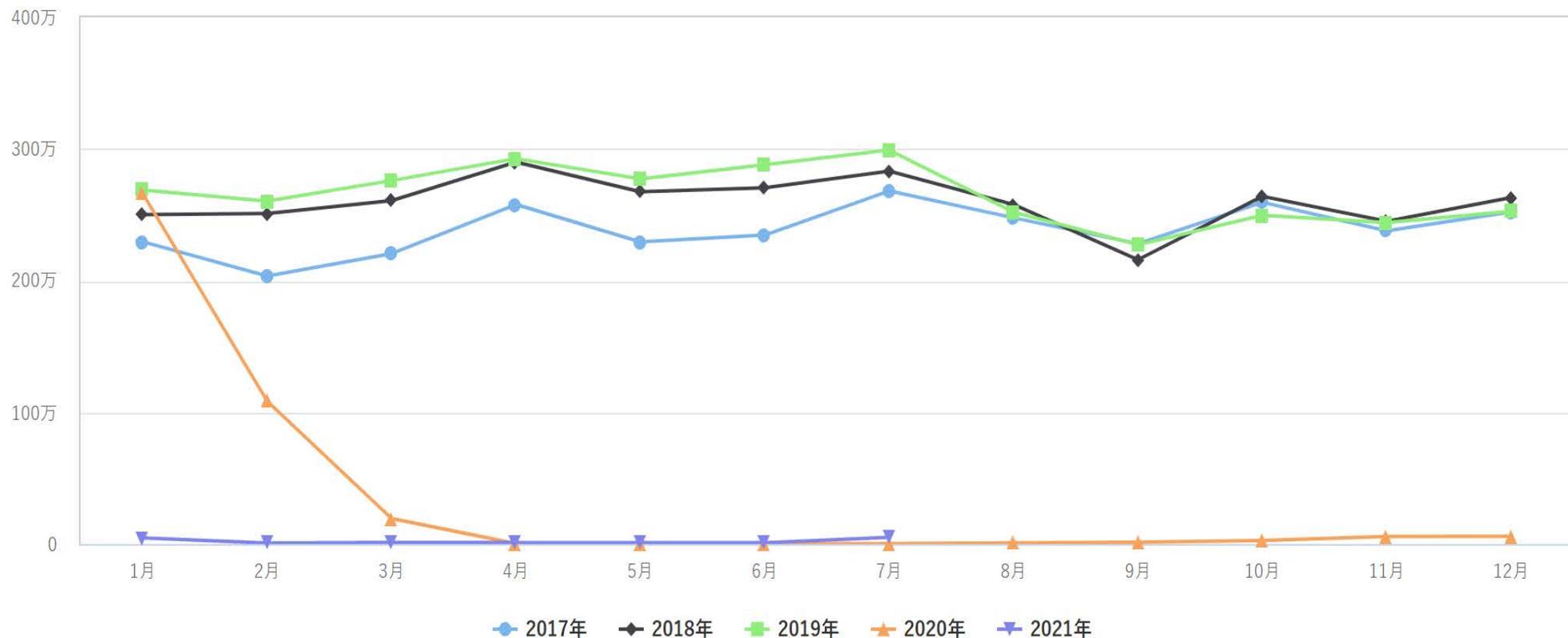
1. 国産農産物の輸出状況

■ 2022年の農林水産物・食品 輸出額上位20か国+EU

順位	輸出先国	輸出額 (億円)	前年比 (%)	構成比 (%)	輸出額内訳 (億円)			主な輸出品目		
					農産物	林産物	水産物	1位	2位	3位
1	中華人民共和国	2,223	+ 35.2	19.1	1,395	239	590	ホタテ貝	アルコール飲料	丸太
2	香港	2,190	+ 6.0	18.8	1,505	18	668	アルコール飲料	真珠 (天然・養殖)	なまこ (調製)
3	アメリカ合衆国	1,683	+ 41.2	14.5	1,196	64	423	アルコール飲料	ぶり	緑茶
4	台湾	1,245	+ 26.9	10.7	943	34	268	りんご	アルコール飲料	ホタテ貝
5	ベトナム	585	+ 9.4	5.0	393	8	184	粉乳	さば	清涼飲料水
6	大韓民国	527	+ 26.9	4.5	305	45	176	ホタテ貝	ソース混合調味料	たい
7	タイ	441	+ 9.5	3.8	228	7	205	かつお・まぐろ類	豚の皮	いわし
8	シンガポール	409	+ 38.0	3.5	343	5	60	アルコール飲料	牛肉	小麦粉
9	オーストラリア	230	+ 39.1	2.0	203	2	25	清涼飲料水	アルコール飲料	ソース混合調味料
10	フィリピン	207	+ 34.5	1.8	75	108	24	合板	製材	さば
11	オランダ	195	+ 37.0	1.7	139	4	52	アルコール飲料	ホタテ貝	牛肉
12	カンボジア	195	+ 83.6	1.7	193	0	1	牛肉	粉乳	豚の皮
13	マレーシア	175	+ 43.5	1.5	143	3	29	牛肉	アルコール飲料	小麦粉
14	カナダ	142	+ 29.8	1.2	111	4	27	アルコール飲料	ごま油	ソース混合調味料
15	フランス	127	+ 64.8	1.1	116	2	8	アルコール飲料	メントール	醤油
16	ドイツ	115	+ 54.2	1.0	102	3	10	緑茶	ソース混合調味料	ラリン
17	インドネシア	109	+ 38.7	0.9	79	7	23	かつお・まぐろ類	観賞用魚	配合調製飼料
18	英国	72	+ 29.6	0.6	63	2	8	アルコール飲料	ソース混合調味料	醤油
19	ロシア	61	▲ 9.7	0.5	52	0	9	インスタントコーヒー	アルコール飲料	菓子 (米菓を除く)
20	アラブ首長国連邦	57	+ 60.4	0.5	47	1	9	清涼飲料水	牛肉	ソース混合調味料
—	EU	629	+ 43.8	5.4	518	16	94	アルコール飲料	ソース混合調味料	ホタテ貝
—	世界	11,626	+ 25.6	100.0	8,041	570	3,015	アルコール飲料	ホタテ貝	牛肉
—	少額貨物	756	+ 25.3	—	—	—	—	—	—	—
—	世界 (少額貨物等含む)	12,382	+ 25.6	—	—	—	—	—	—	—

2. 訪日客の食関連消費市場

■ 2021年の訪日外国人旅行者数



出所：日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりJTB総合研究所作成

2. 訪日客の食関連消費市場

■ 2019年の訪日外国人旅行者動向

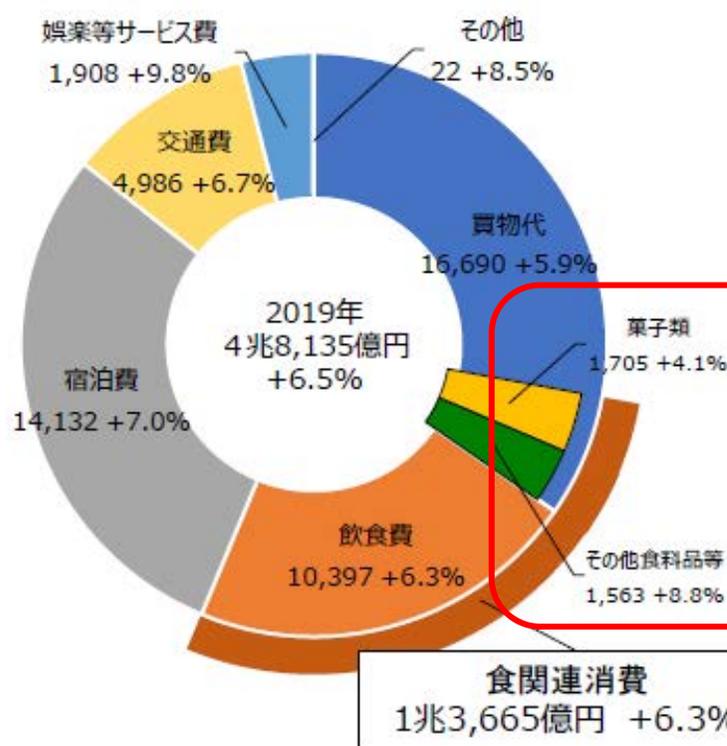
2019年は前年に対し6.5%増加。食関連消費（買物代（菓子類、その他食料品等）+飲食費）は1兆3,665億円で、前年比に対し6.3%増加。

香港の訪日旅行者数は、2019年229万人を超え過去最高を記録

訪日外国人旅行者数と消費額



消費額の内訳 (2019年)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計」

注1) 2018年から統計手法が変更されたため、2017年までの値との比較には留意が必要である。

【推計方法（菓子類・その他食料品等）】

訪日外国人旅行者（一般客）1人当たり詳細費目別購入者単価(*1)×食料品等の購入率(*1)×

訪日外国人旅行者数（一般客）(*2)

*1：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

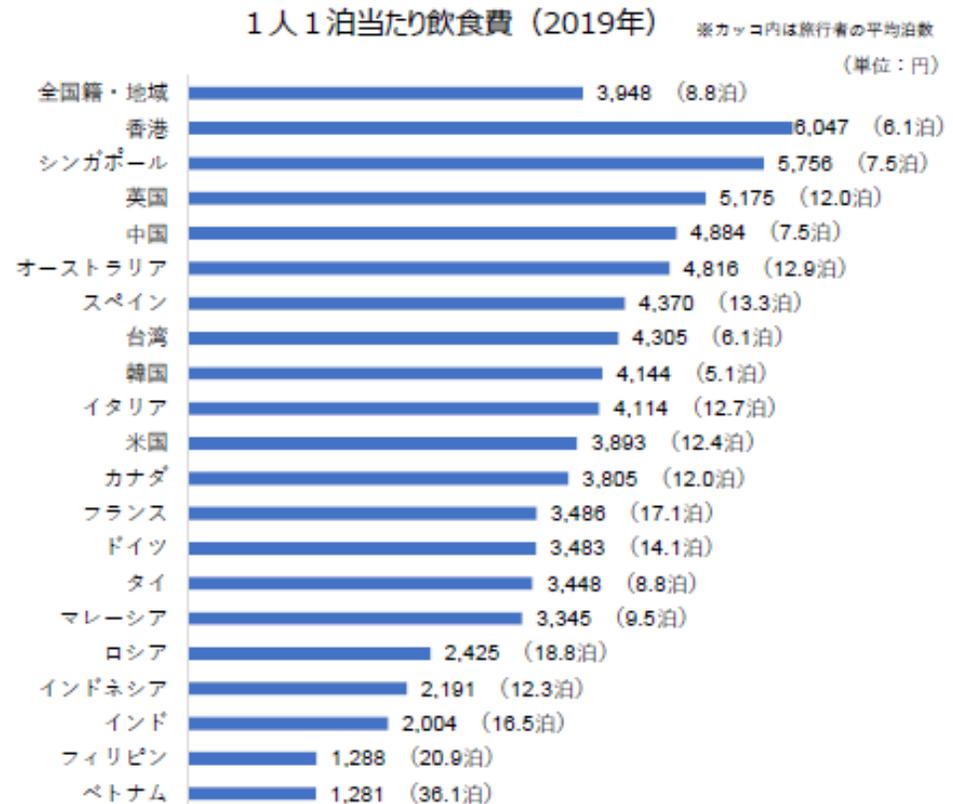
*2：日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計」

農林水産省HPより引用

2. 訪日客の食関連消費市場

■ 2019年の訪日外国人旅行者消費動向（飲食費：1兆397億円）

2019年は前年に対し6.3%増加。1人1泊当たり飲食費は、国籍別に見ると、香港（6,047円）が最も多く、シンガポール（5,756円）、英国（5,175円）と続く。



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計」

注1) 2018年から統計手法が変更されたため、2017年までの値との比較には留意が必要である。

【推計方法（1人1泊当たり飲食費）】

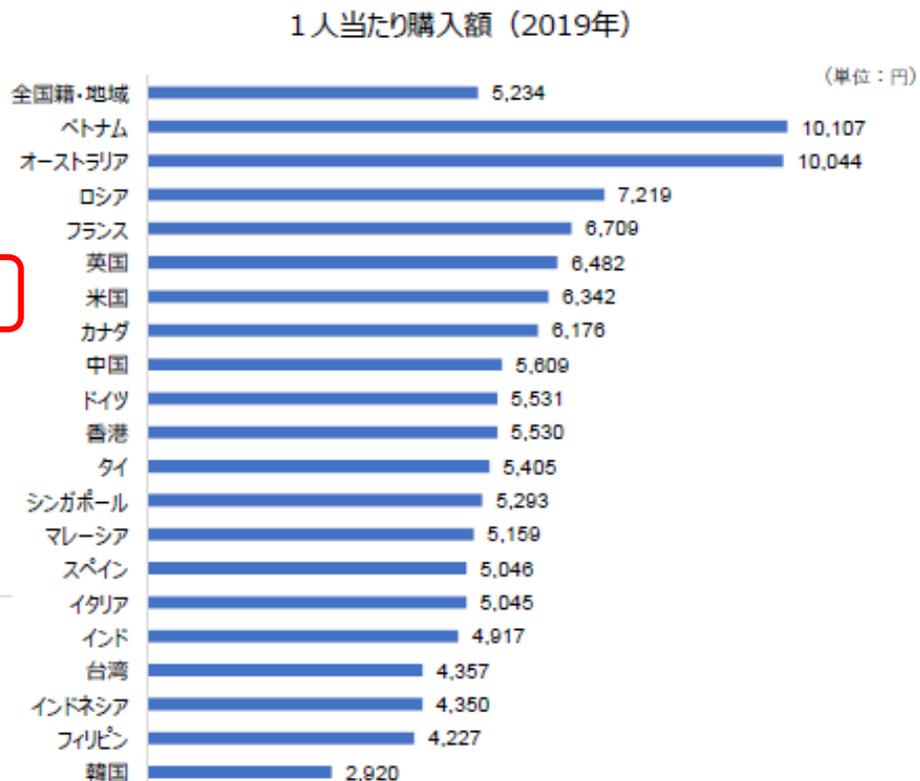
訪日外国人旅行者(一般客)1人当たり飲食費(*1) ÷ 訪日外国人旅行者(一般客)平均泊数(*1)

*1：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2. 訪日客の食関連消費市場

■2019年の訪日外国人旅行者消費動向（食料品等の買い物代：1,563億円）

2019年は前年に対し8.8%増加。1人あたり購入額は、国籍別に見ると、ベトナム（10,107円）が最も多く、オーストラリア（10,044円）、ロシア（7,219円）と続く。



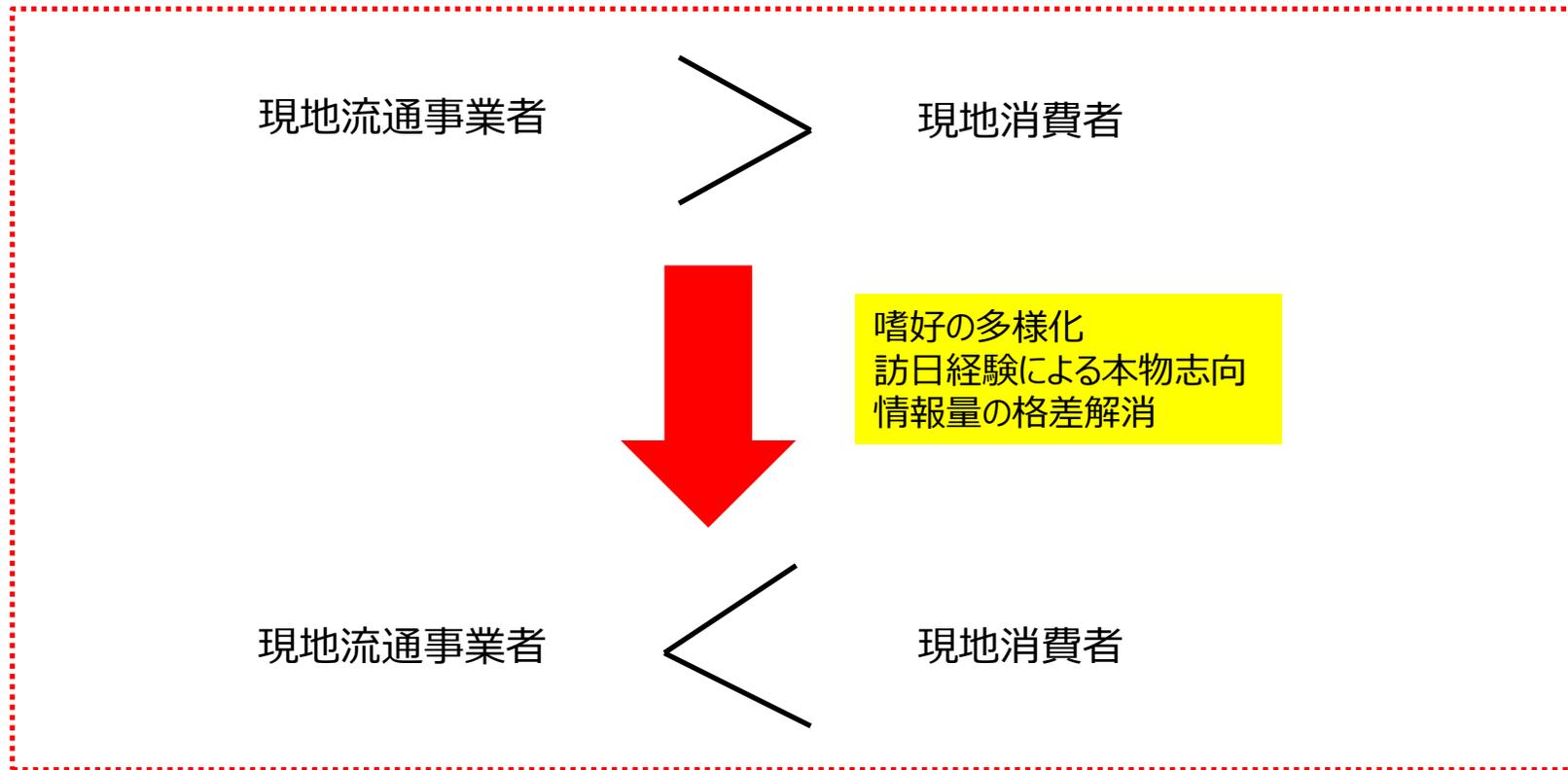
資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計」
 注1) 2018年から統計手法が変更されたため、2017年までの値との比較には留意が必要である。

【推計方法】
 訪日外国人旅行者(一般客)の買物代(酒類、生鮮農産物、その他食料品・飲料・たばこ)購入率(*1)
 × 購入者あたり購入単価(*1)
 *1：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

農林水産省HPより引用

3. 訪日体験のレガシー

◎消費者と現地流通事業者とのパワーバランスの変化



現地消費者へのブランディングが重要



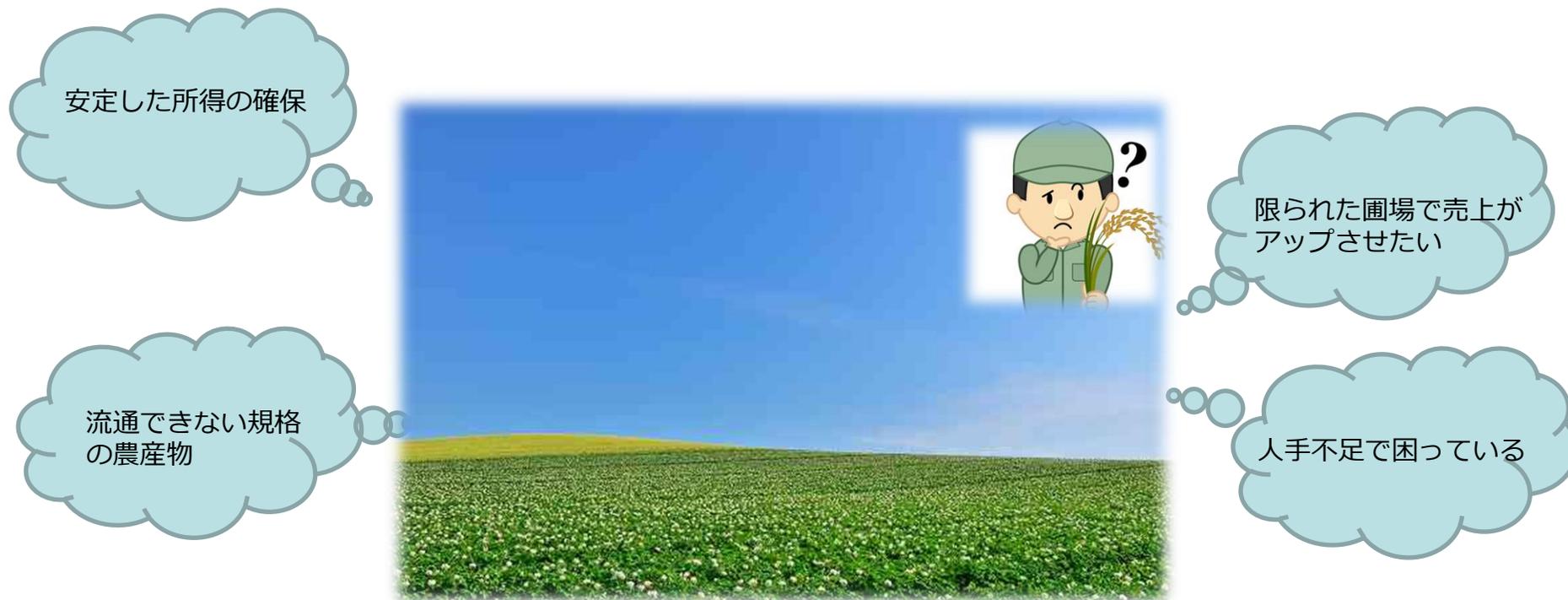
3. 訪日体験のレガシー

- ・ 訪日客は、コロナ感染症影響で、壊滅状態にある。また、今後もいつ戻るかわからない状況。
- ・ しかしながら、渡航制限が解消されたら訪日したい現地消費者が多く存在。
- ・ また、訪日できないが訪日した体験から日本の農林水産物・食品（お土産含む）の消費拡大
- ・ そのため、日本で人気のレストラン（スシローなど）も現地出店が拡大
- ・ そして日本の農林水産物・食品の輸出もコロナ禍でも拡大



人気のお土産が現地スーパーマーケットで販売

5. フードバリューチェーン・サプライチェーン構築



川上からのグランドデザイン



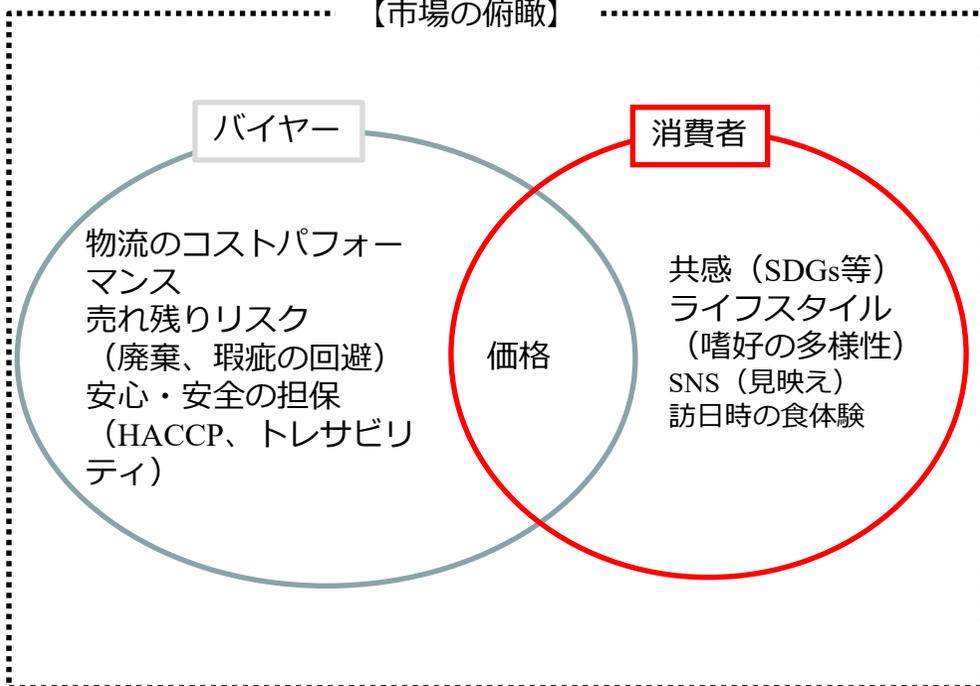
6. EC販売におけるフードバリューチェーン・サプライチェーン構築

- ・市場が納得する価格とは、どのようなものか
- ・バイヤー目線の相違点、共通点を整理し、それぞれに対する訴求を図る
- ・出荷から消費者までのサプライチェーンの最適な方法（提携の重要性）

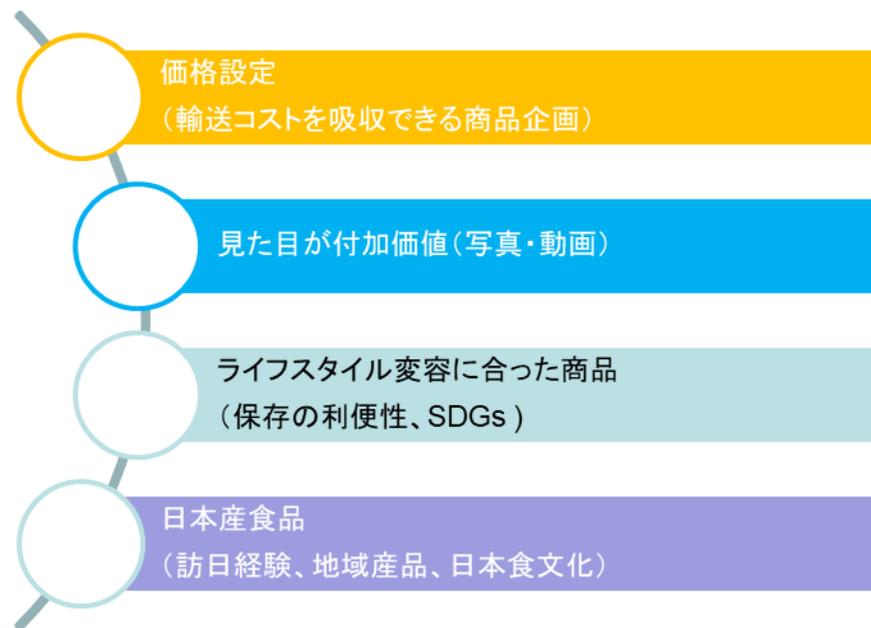
競争力のあるフードバリューチェーン・サプライチェーンの構築



【市場の俯瞰】



【EC販売のための商品開発】



7. 川上からのグランドデザイン (ケーススタディ)



【原料供給】

- ・ノーザンルビー

【一次加工】

- ・ペースト加工

【輸出向け付加価値商品開発】

- ①冷凍加工食品
- ②十勝産（十勝ガールズ農場）の色彩と糖度からノーザンルビーの品種を採用
- ③北海道産大豆使用クリーム（植物由来）
- ④砂糖は北海道産のてん菜を利用
- ⑤冷凍賞味期限 1年
- ⑥輸出先国の輸入規制対応
- ⑦サイズは、フル、ハーフ、カットの対応

十勝ガールズ農場

北海道十勝産
ノーザンルビー（ポテト）

北海道十勝産
ノーザンルビーロールケーキ

【EC販売チャネル】

◎現地EC

HOKKAIDO MARCHE HONG KONG

【POP UPストア（香港）】

実感価値の啓蒙のため
プロモータを設置し販売

HOKKAIDO MARCHE
ハンドリング

Youtuberによる発信

ご清聴ありがとうございました。

株式会社アグリグローバルデザイン
代表取締役社長 西川太郎
E-mail : taro_n@agriglobaldesign.info
https : www.agriglobaldesign.info/



日本暮らしを召し上がれ。



Japanese Modern Gastronomy

Japanese Food Lifestyle"delicious food"
we have encountered all over Japan with your heart



グーニーズグループ

明日の「お・い・し・い」を共に。

2030年、私たちの技術と食で毎日1億回の「おいしい」が地球上に満ちあふれています。

意食充 株式会社 SNOW JEWELS 活動紹介資料

拠点：販売所・〒060-0005 北海道札幌市中央区 北5条西4丁目7番地
大丸札幌店 3階 KIKIYOCOCHO

園場：江別市、伊達市

設立：2007年6月19日※2019年5月1日neeth(株)から意食充(株)社名変更

TEL：011-802-9786 FAX：011-206-6900(意食充直通)

WEB: <https://snow-jewels.com/>(雪国暮らしを召し上がれ)

WEB:<https://snow-jewels.jp/>(日本暮らしを召し上がれ)



アクセスは
コチラから



ブランド開発事業
空間開発事業



流通開発事業
消費者直販事業



おいしいを
地球上に創造する
社会的企業集団



システム開発
DX支援



飲食・惣菜
弁当事業



教育・食育
継承事業



日本暮らしを召し上げられ。

日本の四季を、暮らしを感じて頂きたい。
全国の「旬」や「喜び」を提供する取り組み

雪国暮らしを召し上げられ。

雪国・北海道の暮らしを感じられる
「食」や「食シーン」を提供する取り組み

ご縁を頂く日本各地の食と暮らしを7つの【証】と共にお届けします。

Snow Jewels は、雪国・北海道の暮らしをはじめ、
日本の暮らしを感じられる「食」や「食シーン」を提供する「証」として
7つのコトを大切に考えます。



6つの切り口で【交流】を深める。

日本暮らしの今とこれからの食を6つの切り口から皆様と共に味わいたい、という
私達のメッセージを込めて食と、愛情を込めた作品に関わる人の
物語を紹介していきます。

- | | | |
|---|--|--|
| <p>SOUL RECIPE
郷土料理人の料理を自宅でも</p> | <p>DRINK COMMUNICATION
飲料・酒の乾杯・楽しみ方</p> | <p>TRADITIONAL SEASONING
やみつぎになる伝統調味料</p> |
| <p>FOOD CRAFTSMANSHIP
職人・生産者の押しの逸品</p> | <p>INTERACTIVE ARTS
感動する食空間、食卓</p> | <p>REMIX FOOD CULTURES
新たな食文化・日本のお土産</p> |



私達の「事業活動」

商品の詳細は、供給販売企画書、商品提案書を参照ください。



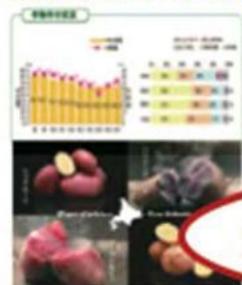
デジタルマーケティング



農業クラウドIoT & Ai



作付と販売量の計画化



出会い

中規模流通



ファン顧客づくり



流通
プロデュース

販路開拓
拡販・アタックリスト

販売規格提案 商品開発



ご提案

生産者
プロデュース

品目絞り込み
収益・規模拡大計画

商品
プロデュース

商品化
戦略・戦術立案

コラボレーション



信頼

総合プロデュース
志を共に、「売る」から「売れる」へ。

スター農家さん達

創出

こだわりの農産物

完熟さめき姫 かんじめアスパラ
栃木シャンベリー 12,000円
10,000円



SPRING

あかみつトマト しろみつとろきび
400,000円 110,000円



SUMMER

ほっくりうまじゃが 曾保みかん
10,000円 25,000円



AUTUMN

あまつや玉ねぎ わがまま南瓜
100,000円 160,000円



WINTER

「SNOW JEWELSの野菜を自宅で食べて頂いている数」

- しろみつとろきび(1kg=1食) ●あまつや玉ねぎ(30g=1食) (L516)
- あかみつトマト(30g=1食) ●わがまま南瓜(200g=1食) ●きんぎょ(1/2)
- ほっくりうまじゃが(1食=40g) ●かんじめアスパラ(1食=1食)
- 曾保みかん(1玉=1食) ●かんじめアスパラ(30g=1食)

※野菜は収穫後1日の経過量に換算した消費量(例)

これらを総合展開、農業の事業化と収益化を可能にし、農業革新・構造改革を行う。

SNOW JEWELSの基準

2030年、私たちの技術と食で毎日1億回の「おいしい」が地球上に満ちあふれています。

持続可能な循環型農業(余計な化学肥料や農薬を使わない農業)を営み、

つくるひと、たべるひと、互いに支えられる関係づくりを、

※私達の農作物は、土壌、水質環境を守り、

土地も人も健康的な状態を持続させるため、

特別栽培レベル以上の作物を基準にしています。

FEED



SEED

FOOD



SNOW
JEWELS

NEED

有機JAS

有機

特別
栽培

YES!Clean
農産物

エコファーマー

クリーン農業

慣行農業

環境保全型農業

化学合成農業・化学肥料

SEED=種, FEED=食物を与える・摂取する, FOOD=食物・食料, NEED=食欲。

持続可能な世界を実現するための17のゴールを地域の人々と共に。
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



石井 宏和 (Ishii Hirokazu) SNOWJEWELS Founder

食と観光、ソーシャルプロジェクトデザイナー



非公開

グループの国際活動とメンバー

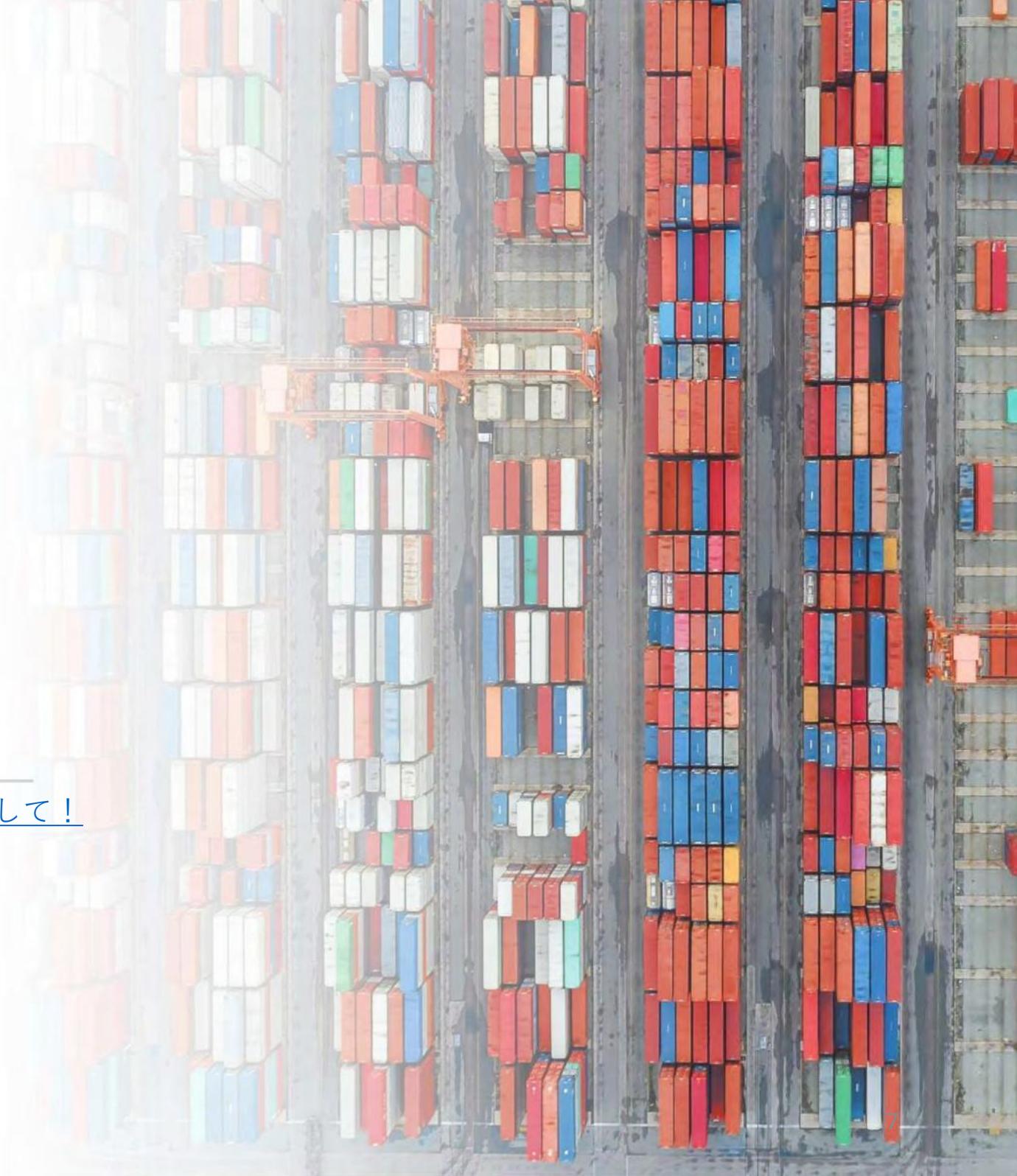
非公開



輸出の取組み

(7) 世界一のとうもろこし産地をめざして！

【Corn Land HOKKAIDO】 - YouTube





2011年から約10年に渡り、
世界各地（アジア・欧米・中東）
テストマーケティングや
イベントでの販売の積み重ね

しろみつとろきび®の輸出

2021年 香港・シンガポール・北米へ
間接貿易に限定して輸出パートナー探し。



つやべにメロンの輸出

2022年 香港・シンガポール・北米へ

非公開

輸出対応のためのオペレーション改善ポイント

食（米・加工品）の輸出取組企業のDX

非公開

インボイスやパッキングリスト、コマーシャルインボイスなどの課題に対応

海外で販路を創り出すには（私達が大切にすること）

□・マーケティングはGGの人間が足を運び直接現地の市場・売場を味わう事

□・餅は餅屋に（商流構築/物流はプロに任せる・コラボして協働販路開拓）
WEB→:<https://migi-ude.net/service/>

□・動画/写真を中心に商品や産地の取組みを伝えるツールを
動画→ : https://www.youtube.com/watch?v=jl_tfwwxoDI

海外輸出状況、及び今後の目標①



■ 現状

- 現在は、間接貿易での輸出のみ。
- 2021年は、レトルトコーン、生コーン等で輸出実績あり。

■ 最終ゴール

- 直接貿易で輸出（コーン年間10万本の輸出）
→手段：自社で輸出拠点を作ること。

■ 今年度のゴール

- ①レトルトコーンの商流&物流の確立（コーン年間2万本の輸出）
- ②提携倉庫を輸出拠点にするためのテスト輸出

海外輸出状況、及び今後の目標②



■現状

- 国内取得商標 しろみつとろきび®

■今年度のゴール

- シンガポール、香港、中国、ドバイ、アメリカにて、
商標取得

イノベーション・フィールド
(事業分野の組み合わせ)

食料生産
流通開発

エネルギー
供給創出支援

人材開発
啓発教育

グループの理念
明日の「お・い・し・い」を共に

2030年、私たちの技術と食で
毎日1億回の「おいしい」が
地球上に満ちあふれています

伝統文化
継承再興

文化交流
対話促進

社会投資
資金調達と投資
政策立案と実証