

青果物輸出産地セミナー南九州 (8/26)

南九州からの青果物 輸出拡大のポイント

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

アクセンチュア株式会社
戦略コンサルティング本部
シニアマネジャー

小栗 史也

開催概要

セミナーにて南九州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。

← 8/26(金) 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)



- 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商談
- 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

南九州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

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。
九州農水産物直販 (輸出商社)	香港・シンガポール・台湾・中国等	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。
Top Weal Limited (輸入商社)	香港、マカオ等	香港で輸入し、量販店や小売店への卸売業務に従事する青果物専門輸入商社。香港では日本含む各国から青果物を中心に取り扱う。
シングローバル (輸出商社)	香港・台湾・タイ・シンガポール・マカオ等	現地ニーズに合った日本産品の発掘を目的に、香港・マカオのレストランや百貨店でフェアを行う。また、青果物や畜産品を中心に定期的に輸出している。
福岡ソノリク (輸出商社)	タイ	農作物輸送に特化した物流に強みを持ち、集荷から保管、配送、加工まで自社で包括して行う。今後はタイの他に、東南アジア、香港、台湾を開拓予定。
アライドコーポレーション (輸出商社)	タイ・シンガポール・香港等	タイに現地法人を有しており、現地消費者ニーズ起点での輸出産地形成・東南アジアを中心とした輸出拡大に積極的に取り組む。
トレードメディアジャパン (輸出商社)	台湾・香港等	台湾はじめアジア圏向けに、宮崎地域産品を中心に輸出。商談会や物産展も定期的に開催。アジア進出企業の後方支援、国内への輸入も視野に展開。

青果物輸出拡大に向けたポイント ~サマリ

- 南九州は野菜中心に産直混載輸出が可能な輸出産地(志布志港の活用も可)
- 生産が盛んな野菜(キャベツ・大根・レタス・白菜・ねぎ等)は海外現地で鍋・おでん等に使用でき、コロナ影響下で巣ごもり需要が拡大 (CAコンテナを活用したシンガポール等遠方への鮮度保持も可能)
- かんしょは基腐病の影響が懸念されるが、現地ニーズは依然として高く、焼き・蒸し芋需要に加え、ペースト・芋けんぴ・干し芋・冷凍焼き芋等の加工品もポテンシャル
- 鹿児島県・熊本県と協定を結んでいるPPIH様始め、本日お越しの有力バイヤーの皆様と連携した上で、シンガポール・香港・タイ等の有望国向けの青果物混載輸出インフラの構築を目指す
- 残留農薬規制対応(特に台湾・タイ)・タイ向けの輸出規制対応は留意が必要
- 野菜については品質を生かせる食べ方の提案・ECでの販売可能性・加工品(規格外品を活用)・冷凍野菜等の輸出可能性を合わせて検討することもポイント

南九州からの産直混載輸出モデル

海外ニーズの高い葉物野菜・大根をベースカーゴとしつつ、柑橘・軟弱野菜等の小ロット輸出品目を拡大し、混載を通じて輸送期間・輸送ロットの拡大を目指す。

大ロット化
を目指す

大ロット品目

- かんしょ・かんしょ加工品
 - 輸送温度帯は野菜より高い
 - かぼちゃとは混載可能性
- 葉物野菜(キャベツ・レタス・白菜等)
- 大根

小ロット品目

- 軟弱野菜(ほうれん草・小松菜等)
- ねぎ・ケール
- 柑橘・メロン
- 豆類・ごぼう
- かぼちゃ
- トマト・ブロッコリー*海上輸送は難易度高

ベースカーゴ

混載

南九州連携による志布志港を活用した産直混載輸出

南九州からの主な輸出有望品目

かんしょ・かんしょ加工品



- 基腐病の懸念は残るが、海外ニーズは非常に高い
- 焼き芋・蒸し芋に留まらずデザートとしての使用拡大も有望
- パースト・芋けんぴ・冷凍焼き芋等の加工品にも高い可能性

キャベツ・レタス



- コロナ下の巣ごもり需要に合わせて輸出拡大
- 高い品質が評価され、海外での鍋料理での使用が拡大
- 他のメニュー提案・業務用利用拡大の可能性を今後探求

大根



- 葉物野菜と同じく、海外での鍋料理での使用が拡大
- 人気が高まるおでん等での使用拡大を図っていくことが有望
- 大根の加工品・メニュー提案も重要

かんきつ



- 南九州の生産量が大きく、供給力、野菜との混載の点でポテンシャル
- 他の果物に比べてやや現地ニーズが劣るため、ブランディング・健康効果の訴求にも注力する必要

規格外品を活用した青果加工品の可能性も合わせて検討すべき

志布志港からの青果物輸出物流ルート構築

実証概要

輸出産地近隣の港湾を活用した
高鮮度での青果物混載・大ロット化輸出

港湾

志布志港（鹿児島県）

品目

キャベツ、大根、ケール、ほうれん草、葉ねぎ
小松菜、青梗菜、ブロッコリー、ミニトマト等

概要

- 大根・キャベツに加え、10社以上の生産者の葉物野菜や軟弱野菜の混載輸出を実施
- 計4コンテナを志布志港発～神戸経由で、シンガポール向けに輸送
- 40フィートCAコンテナを使用



実証結果

到着時のレタス



到着時のほうれん草



- 産地からCAコンテナにバンニングするまでの時間を短縮でき、鮮度が良い
- トータルでの輸送時間も神戸港から輸出する場合と大きな差が無い
- 国内輸送費を抑えられ、CAコンテナの事前手配は主要・地方港に関わらず必要なことから海上輸送費の差は小さく、合計輸送費を抑えることが可能

シンガポールに加えて、日系小売店舗中心に需要が拡大中の
香港・タイも含めた志布志港からの輸出物流ルート確立を目指すべき

日本産野菜を活用したメニュー提案

野菜の輸出拡大に向けては、「海外シェフと連携した現地料理への活用提案」と「日本食を土台にしたオススメ料理のローカライズ」の両輪が必要。

現地料理 × 日本産野菜



- フルーティな甘さを持つ黒にんにくを、パンに練り込む「黒にんにくチーズベーク」等、台湾のインフルエンサーシェフと連携した、現地に合うメニュー開発（JA十勝清水）
 - 黒にんにく × チーズベーク
 - 黒にんにく × 海老のアヒージョ

日本食（ローカライズ） × 日本産野菜



- 日本の食文化の土台を崩さずに、現地消費者に好んでもらえる味付けを意識した日本食メニューでの日本産野菜の活用
 - おでん × 大根等
 - 寿司 × 野菜
 - ラーメン × ネギ

包材規格統一の重要性 ～例：北海道からの玉ねぎ混載輸出

輸送作業時間の短縮・段ボールの効率的な積載を実現する上では、海外輸送を見据えた強度での包材規格の開発・統一が重要。



パレットから個別に手積み



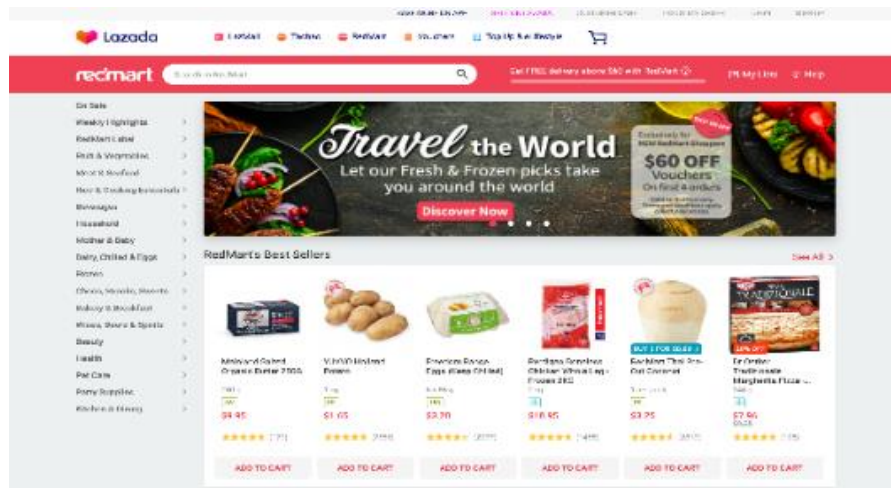
赤・黄で箱サイズが違うため、扉が閉まらず手作業で調整

- 苫小牧港への帰航遅延の影響で、トレーラー到着が5時間遅延。手積みのため、積載に黄玉ねぎだけでも2時間超
- 赤・黄玉ねぎで箱サイズが異なり扉が閉まらず、再度調整を要した
- 赤玉ねぎの箱は、強度が不足しているようで、潰れが発生してしまった

海外ECにおける日本産青果物の取り扱い拡大

Redmart・HKTVモール等の各国ECにおいて日本青果物の取り扱いが拡大している上、セカイマルシェのように日系事業者がEC展開を進める事例も蓄積。

Redmart（シンガポール）



- シンガポールのシンガポール大手のネットスーパー国民の70%以上が利用する
- 萌すが輸出している生鮮野菜の売上も通常時に比べて約4倍まで増加

セカイマルシェ



- 食材をワンストップで売買可能な産直プラットフォームを提供
- 冷蔵物流網が未発達な東南アジアでも、青果物含む生鮮食品のEC化を加速

GAP・トレーサビリティによる生産過程の把握

海外にて食の安心安全が高まっており、GAPやTAPマーク(台湾)等の取得有無がバイヤー購入基準にもなっている。

GAP取得の必要性



- 農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検、及び評価等に対する認証制度
- 国内大手小売においても、バイヤー購入基準になっているほか、輸出のみならず、国際的なオリンピックの食材でも認証が求められている

台湾トレーサビリティシステムの導入



- 台湾では「安心食品トレーサビリティ」のクラウドサービスとして、TAPマークを導入し、バーコードの読み取りにより、生産地、生産過程などの情報を確認可能
- 有機基準を満たし、有機認証機関による検査に合格した商品

タイ向け青果物の農薬規制及び選別・梱包施設に係る規制

品目に応じて①農薬リスクに準じた分析、②食品衛生や植物検疫の対応、を求
めており、合同輸出検査や園地、梱包施設等の登録が必要なケース多数。

① 輸入青果物に対する農薬規制(2020年8月～) 通関時に該当した場合、分析調査を実施

タイに輸入される生鮮野菜及び果物に対して、「輸入時にタイ政府が指定するサンプリング・農薬の分析を受諾」又は、「指定の農薬の分析結果証明書の提示」等が必要。タイ政府が健康分野の国家的目標を発表し、食品安全を掲げたことが背景にある

非常に高リスク	高リスク ※1	低リスク
リストの特定事業者の生鮮野菜及び果物(分析は輸入者負担)	タイ政府が指定した生鮮野菜及び果物(分析はタイ政府負担)	非常に高リスク・高リスクに分類されない品目(分析はタイ政府負担)

② 青果物の選別及び梱包施設に係る規制(2019年8月～) 事前準備・対応が必要

品目によっては、保健省告示第386号及び第420号に基づく、食品衛生での選別及び梱包施設の認定証明書の用意に加えて、植物検疫では合同輸出検査(タイ検査官・日本植物防疫所)を踏まえた選別・梱包施設の登録及び生産園地の登録が必要

輸出可能 ※2		輸出不可
食品衛生のみ (認定・証明書)	- ニンニク、キャベツ、ネギ、キノコ類、ニンジン(第386号) - ながいも、さつまいも(第420号)	- 西洋梨 - ビワ - カボチャ - ピーマン - トウモロコシ 等
	食品衛生&植物検疫 (認定・証明書、合同輸出検査による園地・梱包施設登録)	
	- キュウリ、トマト、メロン、スイカ、日本梨、リンゴ、イチゴ、ブドウ、ミカン(第386号) 柿、ナス、キウイ、サクランボ、モモ(第420号)	

※1：高リスクの野菜・果物及びCOA(検査分析証明書)に表示すべき農薬物質リスト <https://www.jetro.go.jp/biznews/2021/07/286bed5ebfc91960.html>

※2：タイ保健省告示の386号(2019年8月～)、420号(2021年10月～)に準ずる。商品に「選別梱包施設の名称」・「選別梱包施設の所在地」・「生産国」・「製品名」の記載必要(詳細) <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/attach/pdf/Tai-4.pdf>

**「青果物輸出産地セミナー＆マッチング in 南九州」
鹿児島県における葉物野菜の輸出産地づくり**

**大吉農園（鹿児島県）
大吉 枝美**



大吉農園とは

“消費者目線”に立ち、安心・高品質な野菜づくりを実践



自慢のキャベツ



キャベツ班のメンバー

- 主に**キャベツ**、**ケール**、**カボチャ**を生産
 - ✓ 品目ごとに専属スタッフを配置。
キャベツ班は女性9名、男性2名
 - ✓ JGAP取得済み
- **タイ・香港・台湾・シンガポール**へ輸出
- **主婦の立場**で考え、「自分が買物かごに入りたい」と思える商品のみを出荷
- **土づくり**の段階からこだわり、虫がつきにくいような栽培環境を実現



輸出開始の経緯

海外での日本産キャベツのニーズを知り、輸出に関心

- 2013年、シンガポールでの**日本産キャベツニーズ**を知る
 - ✓ シンガポールでは、**キャベツが高価格(1玉800円)**であり、富裕層を中心に日本の美味しい野菜のニーズが高い
 - 2014年、郵便局や宅急便で送ることを検討したが、**断念**(生ものは受け取ってもらえず)
 - 農業展示会にてANAの輸出取り組み(沖縄国際物流ハブ)を知り、輸出の可能性を感じる
- 
- 商談会で海外大手小売チェーンと繋がり、2019年にシンガポールへのキャベツの輸出を開始
 - ✓ 11~12月の実績：合計**2,700ケース**出荷、輸出額**290万円**



輸出を目指した背景 ～国内流通のリスク

国内市場における受注数・価格の非安定性



<背景>

- 国内市場は市況により、受注文・価格が乱高下するため、収益が**安定しないことが課題**であった
- リスク回避のためには、国内含め**他国へ販路**を広げ、**柔軟に流通**させることが必要と判断
- 生産方式の基準を、**検疫が最も厳しい**タイに合わせて海外販路の拡大を目指した



収益の安定化を起点とした生産規模拡大

輸出では庭先価格を固定することで収益が安定化
→生産規模拡大・設備投資に踏み出すことに成功。

輸出価格

- **庭先価格を固定**する契約を結んでいる
 - ✓ 肥料や種、農薬等の生産コストの上昇や**経営/収益の安定化**を考慮し、上記の価格を提示
 - ✓ キャベツは価格の乱高下が激しく、安い時は8玉300円まで落ち込む場合もあるため、庭先価格の固定は**安定した経営・輸出拡大**に繋がる

輸出量

- 海外**大手小売チェーン**(Donki・デイリーファーム等)の店舗数が伸びるごとに**発注数も伸びる**ため、輸出量は増加中であり、**生産規模も拡大**
 - ✓ 令和元年11月～12月の2,700ケース、290万円から令和3年1月には2,950ケース、318.6万円に増加
⇒ 1か月あたり、200～300万円程の受注に拡大
 - ✓ **当初20haだった農地が、現在は38haに拡大**

輸出・生産規模拡大に対応した設備投資

輸出拡大とともに生産規模も拡大し、大規模な出荷・冷蔵施設が必要になったため農水省補助事業を活用した冷蔵倉庫・出荷場整備

出荷・冷蔵倉庫の建設



- 更なる拡大を目指し冷蔵倉庫併設の出荷場を産地内に建設

出荷場内部



- 10tトラックが横付・そのまま積込可能な出荷場・フォークリフト乗入可能な冷蔵倉庫を建設



輸出産地づくりに関するポイント

現地ニーズに合わせて生産方法(減化学肥料等)を工夫



狭い間隔での定植



小玉なキャベツ

- “定植”の間隔を狭め、大玉ができないようにサイズを調整
 - ✓ 大玉・小玉の両方を出荷していたが、**小玉**で揃えた方が**売場での見栄え**がよいとの指摘を受けた
- **化学肥料の使用量を抑える**ことで、作物内の硝酸態窒素量が減り、**鮮度保持力が向上**し、味の“**えぐみ**”も減る
- **品種リレー**(寒玉キャベツ、春キャベツ)
 - ✓ 3年間の品種改良を経て、双方の安定供給が可能に(11月～5月)



輸出物流・品質保持の工夫

鮮度を維持するために、設備や商品、収穫タイミングを工夫



大型冷蔵庫



外葉を多めに残したキャベツ

- **コールドチェーン**確立のために、大型冷蔵庫(予冷库)をレンタル(20フィート×2本)
 - キャベツの**外葉を多めに残す**ことで鮮度保持・変色を防止
 - 消費者に届くまでの日数を考慮し、輸出用と国内用で**収穫タイミング**を分ける
 - ✓ 輸出用：日の当たらない午前10時までに収穫し、すぐに冷蔵庫で保管
 - ✓ 国内用：午前10時以降に収穫
- ➔ 味が良いだけでなく、「**ロスが少ない**」と、現地(シンガポール)取引先からも好評



商談成約率を上げるための工夫

生産のこだわりを産地訪問時に余すことなくバイヤーに伝達

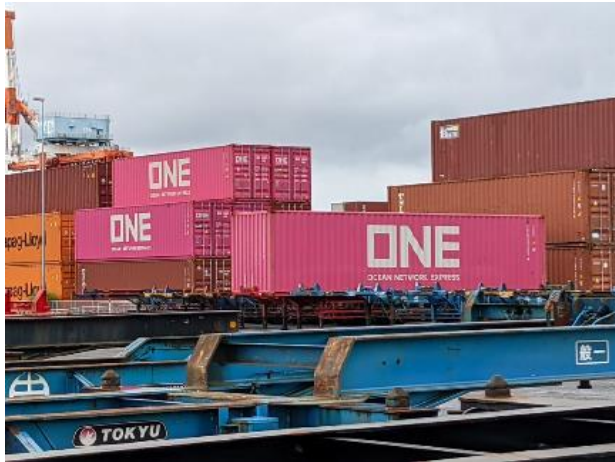
- ・ 資料では伝えきれないこだわりを現地で“体感”してもらう
 - 土づくり・苗の段階でのこだわりまで見てもらう
 - 勤務スタッフの姿や、出荷選定基準の厳しさへの理解を通じて安心感を醸成
 - ✓ 畑に残っている野菜(＝出荷選定から漏れた商品)を見せて、「この程度の虫食い・傷みでも出荷商品から除外している」ことを理解いただく
- ・ その場での試食も、もちろん実施
 - “畑指定”で取引が成立するケースも(試食した畑の商品を取扱っていただく)

バイヤーに“見せて恥ずかしくない”生産を行うことが大前提



輸出産地づくりの展望

県内生産者と連携した輸出産地化・地域からの混載輸出



- 輸出**物流の効率化**・コスト低減を目指し、鹿児島：**志布志港**の活用を目指して、農水省の**実証事業**に参画
- 混載可能な輸出向けの野菜・果物の輸出産地が**県内で増える**ことで、定期的な**コンテナ満載量**の確保・**輸出期間の長期化**に繋がる

➡**鹿児島県内生産者の「輸出産地づくり」を支援！**



輸出産地づくりの展望

産地単位での輸出拡大による国内価格の安定化へ



- 南九州は農業が盛んであり、**キャベツ・白菜・にんじん・ネギ**等は国内需給バランスで**価格が乱高下**するリスクがある
 - 年によっては**需給調整**で廃棄せざるを得ないケースも発生
- 産地単位で輸出産地化・輸出販路を確立することで、**国内市場の価格・経営の安定化**に繋がる
 - 食品**ロスの削減・再生産価格**での流通・**持続可能**な農業を実現



輸出産地づくりの展望

農水省・鹿児島県庁と連携し、GAP生産者仲間を拡大しており、県内全体での輸出産地増加を目指す

JGAP



鹿児島県



- 輸出拡大には、海外から求められる **GAP生産者の仲間づくり**が必須
 - ✓ GAP生産者が栽培した農産物ほど残留農薬検査をクリアする傾向にあり、虫食いも少ない
 - ✓ 検疫をクリアできる生産者集団をつくることで、**混載輸出が可能**に
- 葉物野菜を生産する農家に、一緒にGAPを取って輸出をしないかと、**鹿児島県庁と共に**働きかけ中



輸出産地づくりの展望

青果加工品・冷凍野菜等による高付加価値化の推進



- **フリーズドライ**の**枝豆**商品を開発し、マカオ等への輸出に成功

➤ **美容・健康**を意識される女性・子供の**おやつ**としても好評



- 高品質な青果物としての流通の他にも、旬の時期に**冷凍野菜**などに加工することで**長期間保存**が可能となる

➤ **冷凍コンテナ**に肉・魚と**混載**可能

商品開発・市場開拓に向け共に取り組む“仲間”を募集しています！

青果物輸出産地セミナー & マッチングin南九州

会社名：有限会社大崎農園
発表者：代表取締役 山下 義仁

自己紹介

- 東海大学海洋学部卒
- (株)ニチロ（現マルハ・ニチロ）
- 3年間のサラリーマン経験(輸入凍魚)
- 稼業の水産業に従事（漁獲から加工）
- 漁師となりチリメン漁を営む
- 1999年：大学の同級生 3 名にて新規就農
- 2002年：農業法人（有）大崎農園設立
- 2016年：山下水産 廃業
- 2018年：大崎農園出荷加工センター竣工
- 現在に至る



会社概要説明①

- ・ 商号 : 有限会社大崎農園
- ・ 設立 : 2002年11月14日
- ・ 代表者 : 山下 義仁
- ・ 構成員 : 役員3名 社員50名

【取扱品目】

- ・ 青首大根 120ha 9000-10000t
- ・ 小ねぎ 施設2ha+露地栽培 120t
- ・ サツマイモ 10ha 200t～
- ・ 切干大根（乾燥野菜）25t
- ・ キャベツ委託生産販売 10ha～
- ・ 主な販売：量販店・仲卸・加工業者等



会社概要説明②

- 私たち大崎農園は、鹿児島県大隅半島の広大な農地に施設園芸と露地野菜を組み合わせた農業生産法人です。脱サラの同級生3人が集結し「情熱・努力・感謝」で築いた会社です。創業以来絶えず新しいことに挑戦し、野菜の本来持っている美味しさにこだわり、感動するようなおいしさを提供していきたいと日々取り組んでおります。

GGAP（グローバルギャップ）の実践

- G.A.P.（ギャップ）とは、GOOD（適正な）、AGRICULTURAL（農業の）、PRACTICES（実践）のことです。GLOBALG.A.P.（グローバルギャップ）認証とは、それを証明する国際基準の仕組みを言います。
- 2015年取得
- GLOBALG.A.P.認証は、食品安全、労働環境、環境保全に配慮した「持続的な生産活動」を実践する優良企業に与えられる世界共通ブランド。取引先の信頼性向上、貴社の企業価値向上に貢献します。
- 認証を取得することで輸出へのチャレンジ可能性が開ける。
- 一般野菜なので差別化が難しい

				
This is to certify Osaki Farm 有限会社 大崎農園 777-20, Yokose, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima, 899-7304, Japan 〒899-7304 鹿児島県曾於郡大崎町横瀬 777-20				
Has been found to be compliant in accordance with the GLOBALG.A.P.® General Regulations Version 5.0-2 July2016 GLOBALG.A.P. Control Points & Compliance Criteria Integrated Farm Assurance Version 5.0-2 July2016 Option 1 – Individual Producer				
As declared by the Certification Body (AssureQuality Limited) for the production of the products mentioned on this certificate				
Product	GLOBALG.A.P. Certificate Number	Harvest Included	Product Handling	Country of Destination
Radishes だいこん	00057-XKNIN-0002	Yes	Yes	Includes Japan 日本
Cabbages キャベツ	00057-XKNIT-0002	Yes	Yes	Includes Japan 日本
Spring Onions 小ねぎ	00057-XKNEX-0002	Yes	Yes	Includes Japan 日本
At the following Locations				
Site Name and Address	Product(s)	Parallel Production		
2811-1, Nagayoshi, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 鹿児島県曾於郡大崎町志吉 2811-1	Radishes だいこん	Yes		
6680, Nagayoshi, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 鹿児島県曾於郡大崎町志吉 6680	Cabbages キャベツ	No		
2129-1, Nagayoshi, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 鹿児島県曾於郡大崎町志吉 2129-1	Spring Onions (Uncovered) 小ねぎ (露地)	No		
2177, Nagayoshi, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 鹿児島県曾於郡大崎町志吉 2177	Spring Onions (Covered) 小ねぎ (施設)	No		
and Produce Handling Facilities				
Product(s)	GGN	Facility name and address	In Field Packing	Parallel Ownership
Radishes だいこん	4052852774796	Osaki Farm 1421 Michidome chawaki, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 有限会社 大崎農園 鹿児島県曾於郡大崎町持留堂ノ木 1421	No	Yes
Cabbages キャベツ	4052852774796	Osaki Farm 1421 Michidome chawaki, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 有限会社 大崎農園 鹿児島県曾於郡大崎町持留堂ノ木 1421	No	No
Spring Onions 小ねぎ	4052852774796	Osaki Farm 777-20, Yokose, Oosaki-cho, Soo-gun, Kagoshima 有限会社 大崎農園 鹿児島県曾於郡大崎町横瀬 777-20	No	No
Spring Onions 小ねぎ	-	Home workers for spring onions (See Schedule 3) 小ねぎの収穫者 (別紙3参照)	No	No
GGN: 4052852774796 AssureQuality Limited Registration No: AssureQuality GG524 Date of Certification: 13 October 2017 Valid from: 13 October 2017 Valid to: 17 August 2018 Date of Issue: 07/12/2017 The current status of this certification is always displayed at https://database.globalgap.org/search				
Authorised by:  John McKay Chief Executive Officer				
This certificate remains the property of AssureQuality Ltd 100 South Road, 1st Floor, Wellington, Auckland 1010, New Zealand +64 9 517 8808 www.assurequality.com info@assurequality.com				

海外店舗販売状況

- ・タイにおける販売状況（右写真）
- ・ドン・キホーテさんにて販売
- ・タイ:5店舗 シンガポール:12店舗 香港:8店舗
- ・各店舗の前列及び専用棚を大根・キャベツ
- ・大きなパネル設置・PRパンフレット設置
- ・サツマイモと同様にアピールしていただいている
- ・ボリューム感もあり、陳列も綺麗である
- ・野菜ではメインに近い販売
- ・青果物として1本販売がメイン

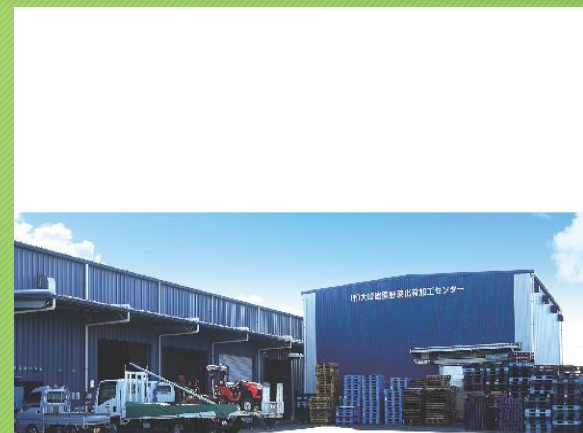


取組内容

- 秋冬から春先までの青首大根の生産を通じて、アライドコーポレーションさん経由でDON DON DONKI店舗（シンガポール・香港・タイ）にて販売
- 週間予定を事前に頂き、安定した出荷を実現
- シンガポール輸送では基本的に2週間、最長3週間程度の船便輸送。
- 志布志港を活用した海上輸送の実現・確立（鮮度保持）
- CAコンテナを使用することで、長期船便でも鮮度保持がキープされている（2週間から4週間程度）
- 海外での大根販売が実現する中で、現在青果物中心
- DONKIさんの店舗販売での安定した取り組み



大根パンフレット



大崎農園

〒889-7304 鹿児島県薩摩郡大崎町大崎 777-20

TEL 0894-78-4043

FAX 0894-78-4048

メールアドレス osaki@osaki-farm.co.jp

ホームページ <https://osakifarm.com/>



2017年度認定期間 09/04
2018年度更新 07/07
2019年度更新 07/07

鹿児島産

大崎農園の大根

鹿児島の大地より情熱をこめて、
安心安全な野菜をお届けします。



大崎農園の大根は、鹿児島県薩摩郡大崎町で栽培されています。大崎農園は、大根の生産から出荷まで、徹底した品質管理を行っています。大根は、栄養価が高く、健康に良い野菜です。大崎農園の大根は、安心安全な野菜をお届けします。

大崎農園

大崎農園の大根

現代人の体を守る必須微量ミネラルが豊富
適度な辛みと糖度の高さが特徴

大根には、強化野菜のひとつ、「アミラーゼ（ジアスターゼ）」が豊富に含まれています。消化不足の改善や、胃腸のコントロールを促し、胸やけや胃もたれを軽減してくれる働きがあります。また、「ビタミンC」や「ビタミンE」など、ビタミンも豊富。
特に土づくり（フランスのとれた地産の有機肥料）にこだわった大崎農園の大根には、現代人に不足しがちな体内で作ることができない必須微量ミネラル「亜鉛」、食中毒の恐れがなくなるための必須微量ミネラル「銅」が多く含まれています。また、適度な辛みと糖度が高く、甘みが強いことが特徴です。



大根畑



収穫したての大根



農作業を行う大崎農園



商品化・パッケージング

大根の生育環境



土づくり

大崎農園は、大根の生育環境を重視しています。大根畑には、大根の生育に適した土壌を造成しています。また、土壌の改良を行っています。大根は、栄養価が高く、健康に良い野菜です。大崎農園の大根は、安心安全な野菜をお届けします。



鹿児島ならではの環境対策

鹿児島県は、大根の生産に適した環境です。大崎農園は、大根の生産から出荷まで、徹底した品質管理を行っています。大根は、栄養価が高く、健康に良い野菜です。大崎農園の大根は、安心安全な野菜をお届けします。

製品ラインナップ



規格	サイズ	重量
M (12本)	L (12本)	2L (8本)
2L (10本)	3L (5本)	初 (15kg)

品名	産地	産地	産地
大根	鹿児島県	鹿児島県	鹿児島県
大根	鹿児島県	鹿児島県	鹿児島県
大根	鹿児島県	鹿児島県	鹿児島県



大根の出荷可能期間	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月

大崎農園について

輸出による販路拡大

大崎農園は、大根の生産から出荷まで、徹底した品質管理を行っています。大根は、栄養価が高く、健康に良い野菜です。大崎農園の大根は、安心安全な野菜をお届けします。

G-GAP取得でより良い仕組みづくりへ

G-GAPは、大根の生産から出荷まで、徹底した品質管理を行っています。大根は、栄養価が高く、健康に良い野菜です。大崎農園の大根は、安心安全な野菜をお届けします。



海外用パンフレットを製作

- G F P に産地登録：2021年
- G F P グローバル産地計画にて2021年認定
- 海外パンフレットを作成
- ドン・キホーテさんの販売店舗にて P R・常設
- 大根の美味しさ・日本での食べ方を紹介提案
- 大根の販促促進の強化（鮮度を重視）
- 現地ニーズをつかむ
- 品質にこだわり美味しさの追求（ストーリー）



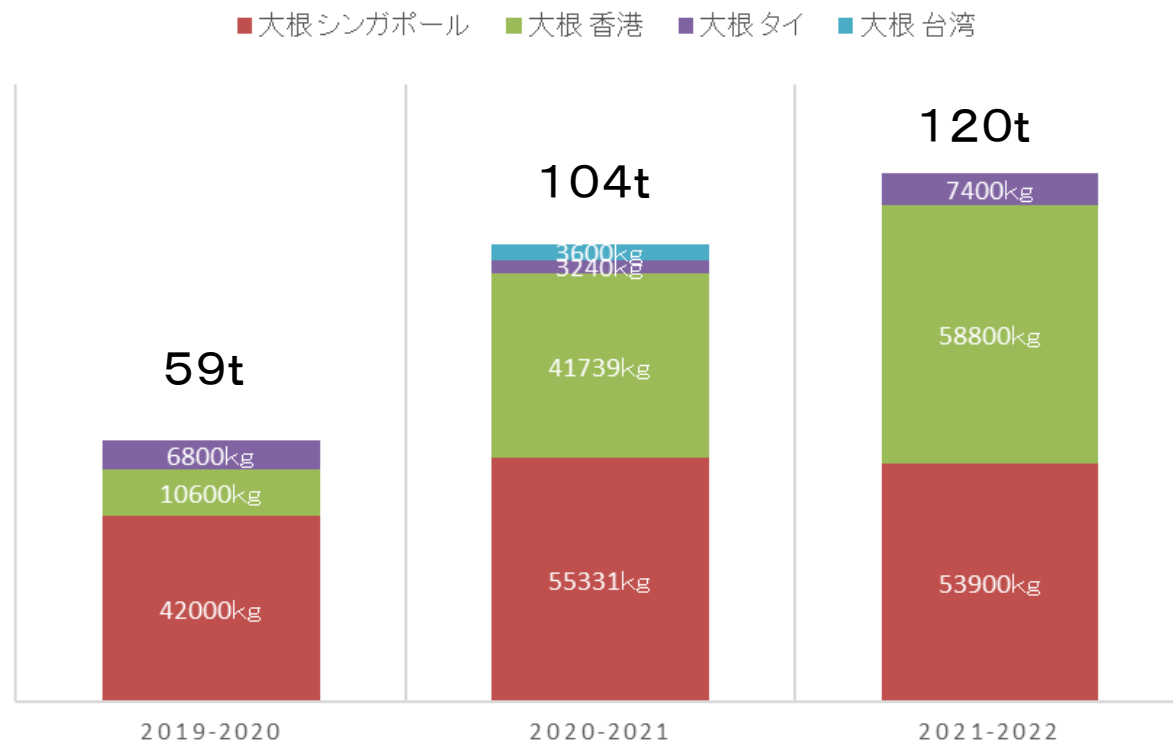
大根輸出実績と今後の展望

- 秋冬から春先までの青首大根の生産を通じて、アライドコーポレーションさん経由でDON DON DONKI店舗（シンガポール・香港・タイ）にて販売
- DONKIさん店舗が今後増える中で、さらなる出荷量の増加が見込める。（現在47店舗 2024年末75店舗予定）
- 日本人しか大根は食べないと思っていたが、安定的に数量が伸びており消費者に受け入れられ消費されている実感

【今後の展望】

- 日本食レストラン等の業務需要の開拓・加工品の可能性
- 現地生産大根はあるが、日本産大根の美味しさをアピール
- 品質・鮮度の安定を重視した生産
- CAコンテナ利用で最長27日間鮮度保持
- 大根の食べ方の提案
- 認知度の向上を目指す（大根＝美味しいなど）
- 加工品（切干大根・漬物・おでん等）

大根輸出実績



ご清聴ありがとうございました

DONKIさんとの取り組みを通じて海外の方々に日本の農産物を食べていただき美味しさを実感してもらい。

日用品として購入してもらいたい。



A close-up photograph of a person's hands harvesting an orange from a tree. The person is using a pair of red-handled pruning shears to cut the stem of a ripe, orange-colored fruit. The background is filled with green leaves and other oranges hanging from the branches. The text is overlaid on the image in white, bold, sans-serif font.

青果物輸出産地セミナー&マッチング in 南九州

**世界に通用する
みかんの生産・販売に向けた取組み**

**株式会社ネイバーフッド
田中 伸佳**

自己紹介

1947年にみかん栽培を開始、2019年にネイバーフッドを設立



株式会社ネイバーフッド *NEIGHBORHOOD*
Miyazaki_Nichinan **Mikan**

代表:

田中 伸佳(三代目)

輸出品目:

みかん、不知火、みかんジュース

略歴:

自衛隊に勤務

就農歴:

現在10年目。台湾、香港などのアジアを中心に年間90トンほど輸出を実施。輸出前に訪台20回、残留農薬検査や、バイヤーと関係構築を行なった。

起業のきっかけや課題

就農して見えてきた課題はむしろチャンスであると捉え、起業

▼農家の課題や疑問点

1. 持続可能性、収益が低い
2. 農家それぞれで設備に投資をして商品を販売するが、スーパーでは同じ県内産と扱われる。もっと良い販売方法があると考えた
3. 未収期間が長く、果樹生産者が生まれづらい
4. 耕作放棄地が増えている



この課題をクリアできれば大きなチャンスに

起業前と起業後の体制

3年間で栽培面積の増加及び販路の変更により規模拡大中

法人化前の状況 (2019)

栽培面積: 7ha

雇用(家族以外):

正社員 0 名 アルバイト 8 名

販路: JA + 地域の市場

利益率が低く事業性は低い

法人化後の状況 (2022)

栽培面積: 12ha

雇用(家族以外):

正社員 3 名 アルバイト 15 名

販路: 九州を除く全国へ出荷

台湾、香港へ90トン輸出

ECなども開拓

ネイバーフッドのミッション



日本のみかんを世界へ



取り組み事例-おいしさの秘密

栽培方法のこだわりだけでなく、品質保持のための設備を整え、輸出先国の現地の人に食べてもらうまでおいしさ維持を可能に

栽培方法



自然の力を生かした栽培



残留農薬検査をクリアした土壌



日照時間と水はけの良い立地

品質保持



糖度センサー



光殺菌装置



専用冷蔵庫

取り組み事例-地域間連携によるコラボレーション取組

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。賞味期限等々の理由で輸出先国が増加



まる搾りみかんジュース

宮崎県農協果汁（株）
全農ながさき
全農熊本
ひよっとこ堂(株)
宮崎長友農園(株)



EC販売強化販売

(有) 豊緑園
宮崎ベニパンダ
ONE WORKS（株）

その他加工品

(有) ファームヤマト
(株) ドライアップジャパン
RIK株式会社

今後の展望-産地形成の取り組み

更なる輸出環境の整備、栽培面積の増加で輸出を強化を狙う



輸出に向けて選果場新設



20フィートコンテナ分



2日で5,400本の苗木を植生

栽培面積



輸出量



地方特有の輸出の課題・可能性(立地・気候などの観点)

課題も捉え方によってはチャンスになりうるポテンシャルがある



立地：

- 九州は国内マーケットから離れている。しかし、東アジアには近い

気候：

- 同じ県の中でも地域によって土質は変わる。また場所で天候が違うため、どこでもどの品種にも可能性あり
- 宮崎については昔から南国気候のため、温暖化の今、作り手が適応しやすいのかもしれない。降水量や台風が多く対策に慣れている。

青果物で商談する際に意識していること

成約したから終わりではなく、成約後にもきめ細かな対応が大事

- 海外輸出は日本代表ということ
オリンピック選手と同じ、国内で戦えなければ海外でも戦えない
- 青果物輸出は忍耐
トラブルが当たり前、取引先と一緒に問題を解決する思いが大事

成約前 輸出条件の確認

- 輸出商品を提示
 - 商品規格、金額、数量
- 写真や動画、資料の準備
 - 畑の写真、色の熟度など
- 設備紹介
 - 糖度センサー、保存庫など

成約後 フォローアップ

- 品質の保持
 - 残留農薬検査
 - 荷崩れ、耐久性など
 - 輸送ロスに対するケア
- 共同で販促、イベントを開催

最後に・・・

既存のルールや縛りに囚われない、果敢にチャレンジ。

思い込みや、諦め、弱音の先にチャンスがある。

「青果物輸出産地セミナー＆マッチングin南九州」 輸出産地における輸出取組事例



—— 水の恵みと大地の香り ——



JA熊本経済連

津山 揮将



熊本県農畜産物輸出促進協議会の事務局を務め、現地プロモーション活動、訪日外国人のインバウンドを意識した取組を行い、青果物等を中心に輸出を促進。

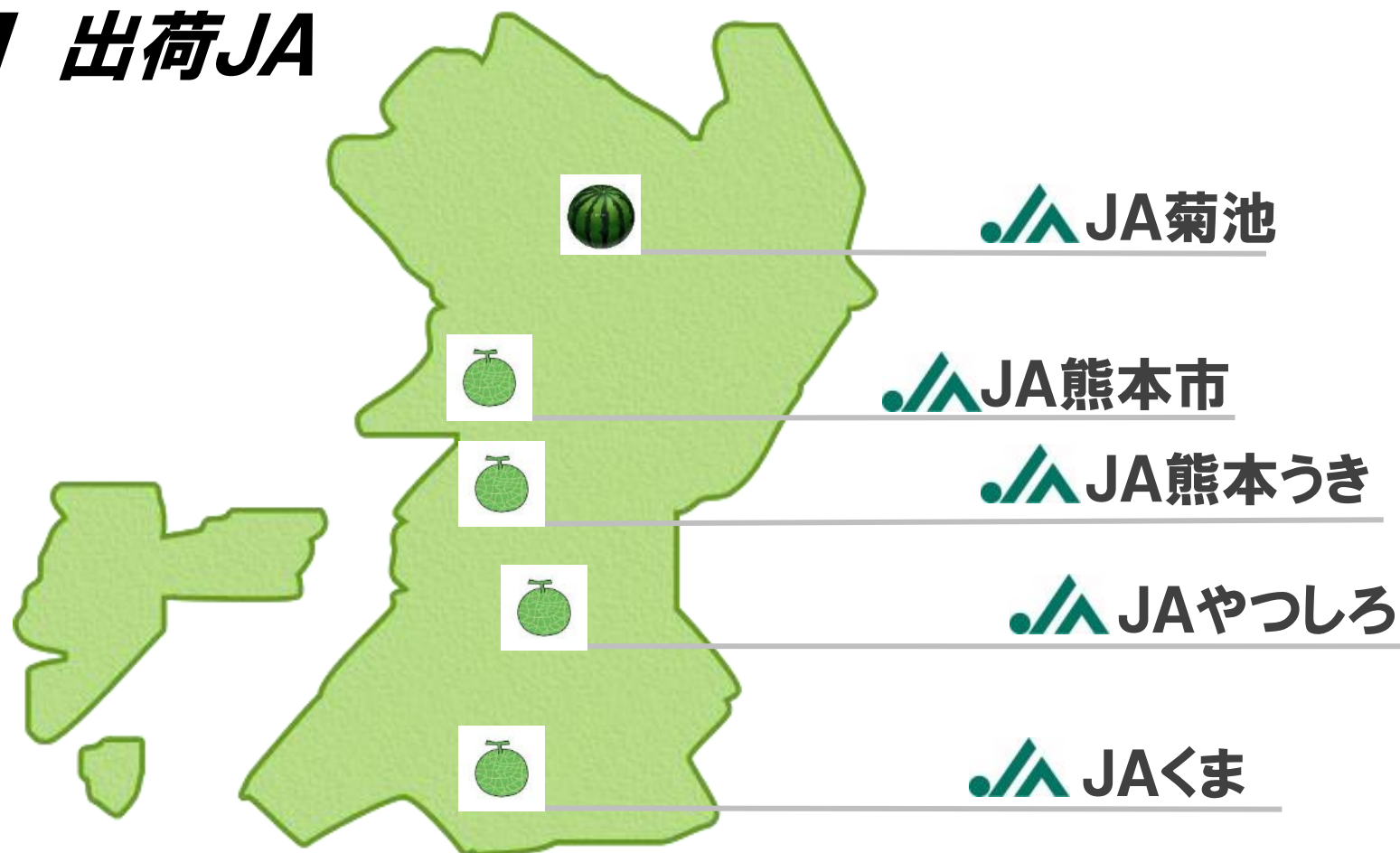


- 平成17年に設立された県内14JAを構成団体とする「**熊本県農畜産物輸出促進協議会**」の事務局を務める
- **展示商談会への参加や販売フェア等の現地開催、海外バイヤーの招へい等**を通じて県産青果物・畜産物・コメ等を輸出
- 2019年から「**熊本メロンフェア**」を実施し2022年には**香港・シンガポール・マレーシア・マカオ**で**4カ国同時に開催**



1. フェア日時:令和4年4月23日～5月下旬
2. 場所:DON DON DONKI香港、シンガポール、マレーシア、マカオ
(香港8店舗、シンガポール12店舗、マレーシア2店舗、マカオ1店舗)
3. 熊本県産春メロン並びにその他県産青果物の販売
【出荷品目】
 - メロン/スイカ
アンデスメロン、クインシーメロン、タカミメロン、肥後グリーンメロン
プリンスメロン、キンショーメロン、オレンジハート、ホームラン
小玉すいか
 - 野菜
塩トマト、ミニトマト、サラたまちゃん、デコポン
 - 加工品(ジャム、ジュース、ゼリー等)

■ 出荷JA



令和元年度 2JA

令和2年度 4JA

令和3年度 6JA

令和4年度 5JA



令和4年産の出荷数量（※加工品を除く）

令和元年産 **1,764**ケース（約8.9トン） ※出荷数588ケース/回
アイテム数:6

令和2年産 **4,949**ケース（約25.8トン） ※出荷数381ケース/回
アイテム数:9

令和3年産 **10,294**ケース（約49.5トン） ※出荷数515ケース/回
アイテム数:18

令和4年産 **8,284**ケース（約44.4トン） ※**出荷数637**ケース/回
アイテム数:13

本年産の出荷状況(メロン・スイカ)



＜アンデスメロン＞



＜クインシーメロン＞



＜キンショウメロン＞



＜プリンスメロン＞



＜ホームランメロン＞



＜タカミメロン＞



＜肥後グリーン＞



＜オレンジハート＞



＜小玉すいか＞



本年産の出荷状況(野菜)



＜塩トマト＞



＜デコポン＞



＜ミニトマト＞



＜サラたまちゃん＞





（背景）

- 国内で好まれる「カットメロン」販売に適した大玉規格での収穫を生産者は優先するため、海外の希望規格の出荷が難しい
- 高級メロンとしてイメージが強い日本産メロンは現地店頭価格も高く、フェアを実施しても販売増を見込めなかった

（結果）

- 熊本県の春メロン種は、アンデス・クインシーメロンを中心にノーネットメロンが豊富であるため、現地の希望規格も満たし、現地購買者が買いやすい価格帯も実現
 - フェアでの人気の品種は、クインシーメロン(赤肉ネット系)とプリンスメロン(ノーネット)

本年産の出荷状況



アイテム	数 量 (ケース)				重量	規格	備考
		香 港	シンガポール	マカオ			
アンデスメロン	966	640	301	25	4.8 ^{トン}	4～7玉	玉数:4玉(19%),5玉(32%),6玉(43%),7玉(6%)
クインシーメロン	5,590	3,160	2,375	55	28.0 ^{トン}	4～7玉	玉数:4玉(24%),5玉(36%),6玉(36%),7玉(4%)
キンショウメロン	220	215	0	5	0.9 ^{トン}	6～7玉	玉数:6～7玉(100%)
プリンスメロン	80	75	0	5	0.3 ^{トン}	6～12玉	玉数:6～7玉(95%),8～9玉(5%)
ホームランメロン	20	20	0	0	0.1 ^{トン}	5～6玉	玉数:5玉(100%)
貴味メロン	100	100	0	0	0.5 ^{トン}	4～6玉	玉数:4玉(40%),5玉(30%),6玉(30%)
肥後グリーンメロン	704	282	422	0	5.6 ^{トン}	6～8玉	玉数:4玉(39%),5玉(35%),6玉(26%)
オレンジハートメロン	170	170	0	0	0.5 ^{トン}	2玉	玉数:2玉(100%)
小玉スイカ	170	90	75	5	1.4 ^{トン}	6玉	
デコボン	30	0	30	0	0.2 ^{トン}	20玉	
塩トマト	47	18	29	0	0.3 ^{トン}	1kg	
ミニトマト	47	47	0	0	0.4 ^{トン}	3kg	
サラたまちゃん	140	70	70	0	1.4 ^{トン}	10kg	
合 計	8,284	4,887	3,302	95	44.4 ^{トン}		



【経路】

熊本 ⇒
陸路輸送

福岡港
東京港

DON DON DONKI
シンガポール・香港
・マレーシア・マカオ

【出荷先別】

香港・マカオ

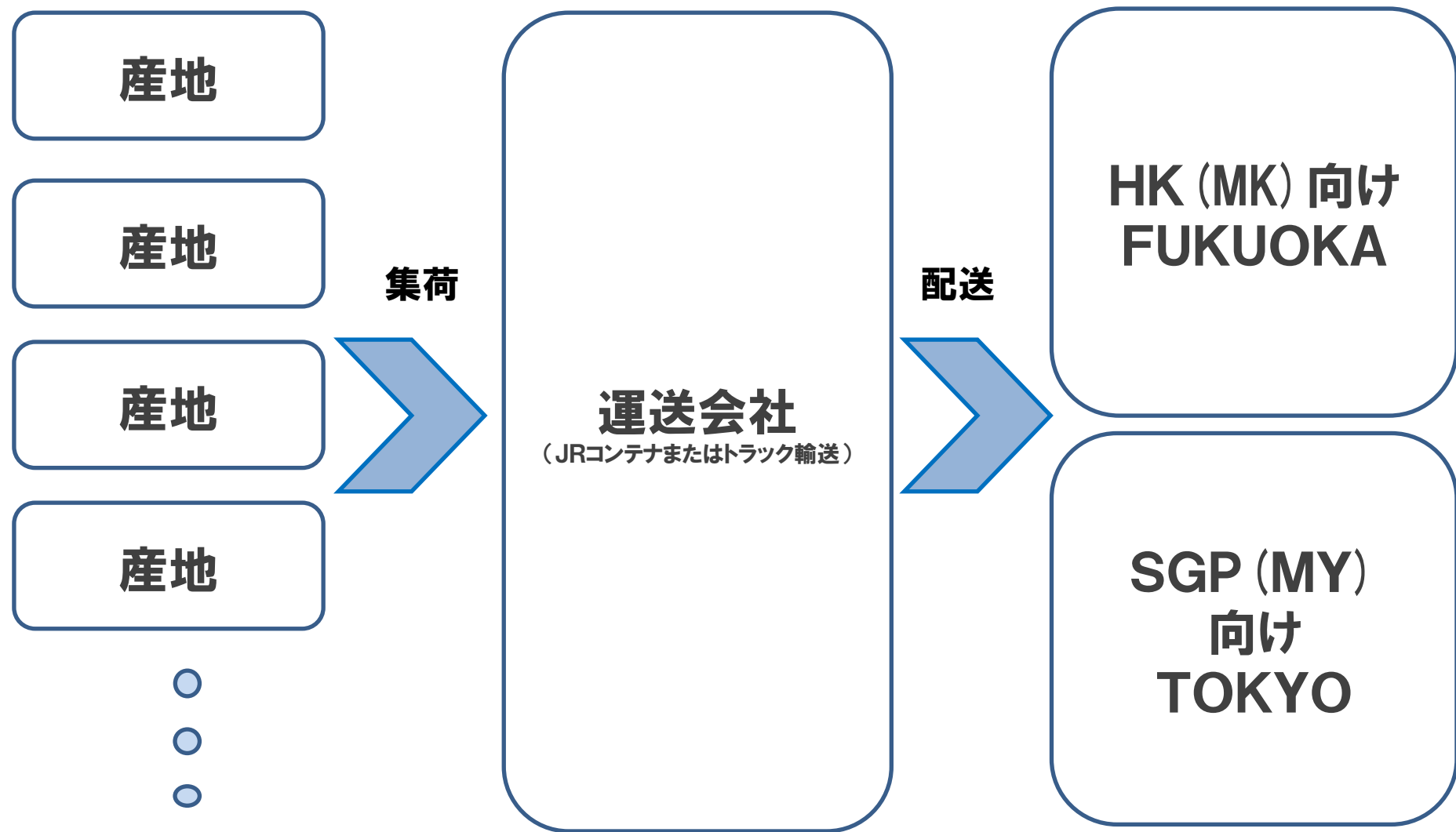
- ・国内輸送：トラック
- ・国内港：福岡
- ・コンテナ：
リーファー（温度帯5℃）
- ・所要日数：約10日
（産地出荷⇒現地倉庫）
- ・出荷回数：
香港7回、マカオ1回

シンガポール ・マレーシア

- ・国内輸送：
JRスーパーURコンテナ
- ・国内港：東京
- ・コンテナ：
CAコンテナ（温度帯2～3℃）
- ・所要日数：約13日
（産地出荷⇒現地倉庫）
- ・出荷回数：
シンガ 6回、マレーシア1回



国内の出荷スキーム





複数の青果物を輸出向け包材等を活用した上で混載し、大口ロット化に対応。JA間の産地間連携・リレー出荷も実施。

(課題)1産地・1品目では、輸出コンテナを満載することが難しいため、効率物流のためには複数品目の混載を行う必要

(対策)

- 複数品目(メロン・スイカ・野菜等)を集荷し、包材・エチレンガス等の輸出向け対応を行った上で、混載を実施
- 県内2つのJAのサツマイモを1ヵ所のパッケージセンターに集め、輸出仕様で出荷対応(産地リレー)



コンテナや梱包など輸送方法における対策を実施し、船便による長期輸送においても鮮度保持を実現。

(課題)シンガポール向けメロン輸出の際、海上輸送には2週間以上の輸送期間が必要で、鮮度維持が難しかった

(対策)

- CAコンテナを使用して国内港から輸送。温度だけでなく酸素と二酸化炭素濃度を調整して鮮度を維持
- 梱包において鮮度保持シートを使用(封入)し、鮮度保持技術を付加

鮮度保持への対応

●鮮度保持シート(セルアシスト)の使用



●キャプロン作業



●持ち穴を塞ぐ



本年度のフェア概要



フェア時の対応として専用の販促資材を作成

くまモン型POP(名刺サイズ)



使用イメージ

くまモン型リーフレット(広東語、英語)



本年度のフェア概要



今年度から新販促資材を作成

束ねらシール(赤・緑)

使用イメージ





4年連続で行われている「熊本メロンフェア」にて、今年は新たな取り組みとして青肉と赤肉が区別可能な“束ねら”を用いた販売を実施

▼制作意図

- くまもんというアイコン的なキャラクターを活かした**県単位でのPR**を行いたいと考えていた。
- 全農インターナショナル様より現地で販促資材を作ってほしいとのご要望があり、青肉メロン・赤肉メロンの区別をシールの色で表現する資材を作成するに至った（これまではドンキ様にて作成）

▼効果・今後の課題

- 特に香港ではくまモンが人気である為、消費者の購買意欲に影響を与えた。
- 現地スタッフからはシールデザインや使い勝手も高評価を得た為、次シーズンも継続して使用予定。
- 今回のくまモンロゴの使用にあたっては、熊本県の協力もあり販促資材を制作することができた。引き続きメロン以外の品目についても、現地やエクスポーターの声を聞きながら販促活動を行ないたい。



本年度のフェア実施写真

販売状況① 【香港 DON DON DONKI】







販売状況④ 【香港 DON DON DONKI】



販売状況⑤ 【シンガポール DON DON DONKI】



販売状況⑥【シンガポール DON DON DONKI】



販売状況⑦【シンガポール DON DON DONKI】



販売状況⑧ 【シンガポール DON DON DONKI】



販売状況⑨ 【シンガポール DON DON DONKI】



「青果物輸出産地セミナー & マッチング in 南九州」

鹿児島県の青果物を世界へ



ALLIED CORPORATION
株式会社 アライド コーポレーション

(株)アライドコーポレーション

海外事業部 今井 政樹

業界経験 26年目

1997年 (株)サンフレッシュ入社 (現サンフレッシュグループ)

1997年 入社 当時、高島屋 柏店・日本橋店の2店舗にて2年間果実部にて従事。

1999年 大宮高島屋出店と共に果実バイヤーとして従事。

その後、関東圏内高島屋店舗拡大に伴い、新宿、二子玉川、港南台、横浜店の店長兼果実バイヤーとして従事。

2005年 名古屋地区三越出店につき新店準備室室長及び名古屋栄店店長兼果実バイヤーとして従事。

2006年 大阪心斎橋店出店。関西圏4店舗 (心斎橋・京都・新長田・梅田) 統括バイヤーとして従事。

2009年 札幌大丸店売り上げ不振により札幌店店長兼果実バイヤーとして従事。

年間売り上げ12億達成、昨年対比200%達成。

2013年 横浜高島屋売り上げ不振につき横浜店店長兼果実バイヤーとして従事。

店舗リニューアルをし年間売り上げ15億達成。

2014年 全国40店舗に伴い本部設立により果実部本部バイヤーとして従事

2016年 退職

その後、

農業ベンチャー 3年 (株) ジャパンアグリゲート入社 (現WeAgri)

～小売りからの経験から「若い世代がフルーツを食べるために」をテーマに転職～

- ・Shodai bio nature 小代パティシエと産地フルーツを使った「フルーツ・フルーツ菓子・フレッシュジュース」の店舗「farmers' imprstion」をOPEN

- ・JR東日本との共同事業「ルミネ・アグリマルシェ」の立ち上げと運営事務局として携わる。

- ・香港・シンガポール向け輸出の国内仕入れを担当。

2018年11月から現職に至る



株式会社アライドコーポレーション

タイ食材を中心に扱う食品商社・メーカーです。タイ食材を輸入し日本の小売店等で販売する傍ら、バンコク支店を窓口としてタイ王国で日本食品を販売。また一昨年よりシンガポール、昨年より香港への輸出も開始。**トレーサビリティの透明化や品質管理のノウハウを構築し、日本と変わらぬ品質の商品を提供。**

社 名	株式会社 アライドコーポレーション
代 表 者	氏家 勇祐
所 在 地	神奈川県横浜市青葉区あざみ野 1-4-3 三橋ビル 5F
設 立	1976 年 11 月 12 日
資 本 金	1,000 万円
従業員数	36 名
売 上 高	23 億円 / 2019 年度
事業内容	● タイ食品を中心とした食品輸入・開発・販売（小売・飲食店・業務用商品の輸入販売、OEM 事業、通販事業、外食事業、メディアタイアップ等） ● CA コンテナを利用した日本産青果物の輸出版売 ● 日本産加工食品の輸出版売 ● ネット事業・メディア事業
取扱商品	タイ食品を中心としたアジア食品（調味料、スパイス、ココナッツ製品、各種インスタント食品、冷凍食品、他）、グルメ缶詰、日本産生鮮品・加工品

沿革

昭和51年 11月	大久保満雄を代表として会社設立
平成2年 12月	氏家勲代表取締役役に就任
平成5年 11月	本社を横浜市中区扇町に移転
平成16年 2月	バンコク支店・株式会社バンコクフードシステムを開設
平成16年 5月	氏家勇祐代表取締役役に就任

平成17年 3月	配送センターを海老名市上郷に移転
平成23年 8月	本社を横浜市都筑区に移転
平成23年 9月	タイ料理レストラン「One Dish Thai」をオープン
平成26年 12月	本社を横浜市青葉区に移転
平成27年 10月	日本産青果物の東南アジアへの輸出・販売事業を開始



代表の氏家(左)と農林水産省・前食料産業局長の新井ゆたか氏(右)。当社の、日本産青果物の海外輸出の取組が評価され、「2019年輸出に取り組む優良事業者表彰」で、食料産業局長賞が授与された。

事業内容

食品輸入・販売・開発



「タイの台所」は弊社の旗艦ブランド。写真左の調理セットシリーズは累計2,500万パック以上を販売。



タイ食品だけではなくグルメ缶詰「家バル」「居酒屋気分」ブランドや、本格四川料理に特化した「四川料理しびれ王」ブランドなども展開。



タイをはじめとするアジアの食品を、現地から輸入・販売。

CA コンテナによる 青果物の輸出版売



日本からタイ・シンガポール・香港に日本の青果物を輸出版売。来年はマレーシアも予定。

日本産加工食品の輸出版売



お菓子や調味料をはじめとする日本の加工食品をタイに輸出・販売。

OEM・PB 開発



タイ支店・株式会社バンコクフードシステムを窓口、日系を中心とした海外企業のOEMやPB商品の開発。
(無印良品等)

ネット事業部・ メディア事業部

インターネット通販



香辛甘酸 (発行部数：年間120万部)



タイ・エスニックレストラン 業界誌「スースー」



タイ・エスニック料理の最新動向を、毎月対象ジャンルの飲食店に郵送にてお届け。

タイ料理を中心とする食文化の普及を目的とした月刊フリーペーパー。現地の食情報やレストランガイド、レシピ紹介など。弊社製品のパッケージ内に封入。

取り扱い品目（果物・野菜）

フルーツ

- 桃
- メロン
- いちご
- りんご
- 柿
- 梨
- ぶどう
- みかん

ほか

野菜

- さつまいも
- キャベツ
- 大根
- 白菜
- 人参
- 玉ねぎ
- かぼちゃ
- かぶ
- とうもろこし
- 長芋
- ほうれん草
- 水なす
- 大葉
- ピーマン
- 長ネギ
- じゃがいも
- 小松菜
- みょうが
- きゅうり
- ブロッコリー
- アスパラガス
- チェリートマト
- ししとう
- 水菜
- わさび

ほか

バンコク支店・BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.

BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD. は、当社のタイ現地法人。
安全性やコスト面などタイでの製造の信頼性を強化すべく設立され、今年で創業14年。
2015年より、日本の本社と連携し日本産食品の輸入販売事業を本格始動。

社 名	BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.
代 表 者	氏家 勇祐
所 在 地	タイ国バンコクバンラック 10500 スリウォン通り シーロム 52 タニヤプラザビル 27 階
設 立	2004年2月16日
資 本 金	500万バーツ (日本円 1,650万円)
従業員数	38名 (ほか、パート販売員 40名)
売 上 高	15 億円 /2019 年度
事業内容	● 食品輸出入・販売、食品開発・製造、食品パッケージ、食品関連のリサーチ
取扱商品	タイ料理用食材全般、冷凍食品、食品原料、スパイス、お菓子、食器、日本産生鮮品・加工品
販 売 国	日本、台湾、タイ、マレーシア、ニュージーランド、フィンランド、イタリア、デンマーク、フランス、アメリカ、ドバイ、オランダ、カナダ、イギリス、ほか



タイの小売店で、日本食品を販売。ECサイトも展開。

BANGKOK FOOD SYSTEM CO.,LTD.は、日本向けの商材の安全確保やコストマネジメント、製造などを円滑にすべく設立されました。メーカー機能を持つ食品商社として、現地企業と提携して商品の開発・生産・品質管理などを行っています。自社工場はありませんが、最終組立の工程は自社専用ラインを有しています。

日本食品の輸入販売は2015年より開始。日本の本社と連携しながら、これまでタイで構築してきた食品の加工技術や物流(コールドチェーン)、品質管理、現地小売店や飲食店・卸などのコネクションを活かし、日本産青果物の拡販に取り組んでいます。

鹿児島県青果物の取扱い品目の推移

2020年実績(2020年11月～2021年4月)

	品目	箱数	重量(kg)
1	キャベツ	10,200	102,000
2	大根	8,280	99,360
3	アールスメロン赤	400	3,201
4	アールスメロン青	280	2,253
	重量合計		206,814

2021年実績(2021年11月～2022年5月)

	品目	箱数	重量(kg)		品目	箱数	重量(kg)
1	キャベツ	12,330	123,300	13	青梗菜	82	258
2	大根	10,595	127,140	14	桜島こみかん	30	60
3	アールスメロン赤肉	405	3,528	15	葉ねぎ	30	90
4	アールスメロン青肉	405	3,528	16	ブロッコリー	20	130
5	白菜	680	8,160	17	ミニトマト	8	14
6	ピーマン	372	2,088	18	カーリーケール	4	8
7	ごぼう	310	620	19	スイートケール	4	8
8	きんかん	185	555	20	カーボロネロ	4	8
9	ほうれん草	243	1,050	21	レタス	3	24
10	ミニ白菜	120	1,440	22	サニーレタス	3	21
11	大将季	102	450	23	リーフレタス	3	21
12	小松菜	100	400	24	ロメインレタス	3	21
			重量合計				272,922

20品目増加
総量66トンUP

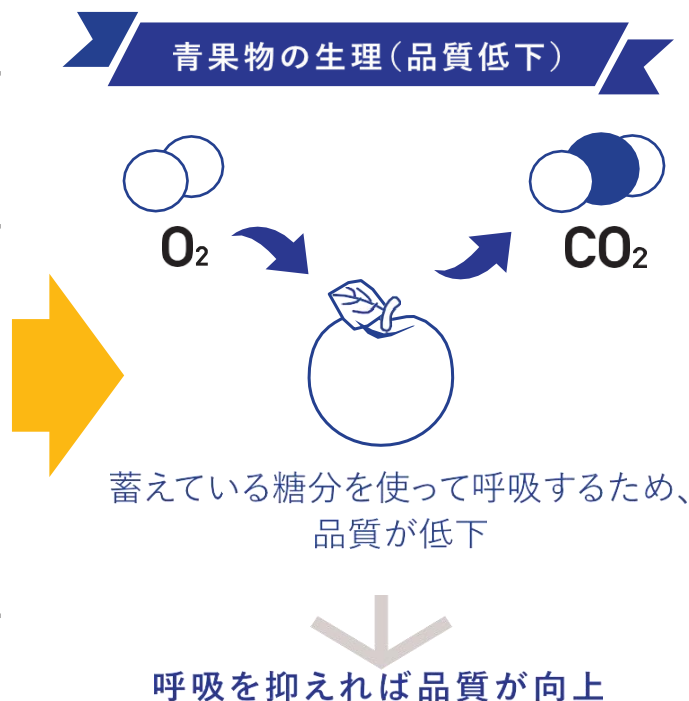


CAコンテナとは？

弊社では、海外への輸送には主に日本郵船グループのCAコンテナを利用。鮮度を保ちつつ、輸送コストを空輸の約10分の1（フルコンテナでの試算）に圧縮することが可能。消費のボリュームゾーンである所得中間層でも買える価格設定のために、欠かせない輸送方法です。ほか平行してエア便を利用。

CA コンテナの仕組み

- CAコンテナは窒素ガス発生装置等を装備した特殊冷蔵コンテナ。
- Cは「Controlled/制御された」
Aは「Atmosphere/大気・空気・環境の意味。」
- 冷却に加えて、コンテナ内に窒素を送り込み低酸素状態にすることで、青果物の呼吸を抑制。輸送中の鮮度低下を防ぐ。
（リンゴの呼吸量は冷蔵（0℃）状態で、常温時の1/10に低下。加えてCA貯蔵することで、1/2（常温時の1/20）まで抑制できる）
- 約9割の青果物に対応
（いちご、トマト、なす等は不向き）



出荷時の品質が第一！

CAコンテナは、現状の鮮度をできるだけ保持する技術

出荷時の鮮度（品質）が重要

棚もちに直結
産地との協力体制が不可欠



CAコンテナ

SUPER COOLING PREMIUM コンテナ（SCP コンテナ）とは？

日栄インテック株式会社が開発した鮮度保持技術。青果物等に電界を与え、果物や野菜の呼吸を抑制することで栄養素の消費を減少させ、品質低下のスピードを遅らせることが可能となる電界発生装置を装備。さらにエチレン分解・除菌・消臭システムを搭載しているのが特長で、りんごと他品目の混載やカビの発生を抑制する。

SCP コンテナのメリット

① CAコンテナよりも長期間鮮度保持ができる

CAコンテナとSCPコンテナの鮮度保持期間

CAコンテナ

概ね2週間程度

（葉物野菜やいちご、
トマト等などは合わせず
鮮度保持できない）



SCPコンテナ

概ね2～3週間

（品目により4週間以上も）

【蔵置試験結果】

いちご：14日間 桃：20～36日
ぶどう：3か月以上
大根、キャベツ、柿：27日間
葉物野菜、果菜類：21日間

船足が遅延してもフォローできる

CAコンテナでは概ね2週間が鮮度保持の限度。シンガポールやタイまでは船足2週間だが、今般、世界的に船足が遅延しており、CAコンテナでは鮮度を保てない事態も。

SCPコンテナならば船足の遅延にも対応できる。

ハワイ等の遠方にも輸出できる

鮮度保持期間が長いので、ハワイなど、現在空輸で対応している地域にも海上輸送で輸出できる（CAやRFコンテナでは不可）。

⇒空輸よりもコスト減

SCP コンテナのメリット

- ② 青果物のほぼ全てに対応。
いちごやトマト、葉物野菜などCAコンテナと相性が合わない品目までカバー



香港は船便でのいちご輸出の可能性

SCPコンテナでは2週間ほどいちごの鮮度を保持できる。
船足4～5日のエリア（香港）であれば、船便で輸出できる可能性がある

⇒**空輸よりもコスト減**

軟弱野菜のロスを抑制

水菜などのCAコンテナでは鮮度保持が難しい品目にも対応

- ③ エチレン分解機能がある



りんごと他品目の混載が可能

⇒**物流効率の向上**

- ④ 殺菌機能がある



カビによる腐敗を抑制

⇒**商品ロスの抑制**

- ⑤ コンテナ解放後の鮮度低下がゆるやか



店頭での棚もち良好

CAコンテナは解放後の鮮度低下が急激



産地が輸出で留意すべき点は？ 国内出荷とは何が違う？

輸出先国によっては残留農薬規制などもありますが、国内ビジネスと1つ大きく違うところがあります。それは物流の距離と時間の長さ。

鮮度保持のために 輸出者や現地輸入者からの産地への要望

- 良好な状態の農作物を収穫＆品質管理
- 輸出のための指定場所（港や空港等）まで最短ルートで配送



東南アジア圏で船足最長2週間程度



即日～1日程度で届くが振動や気圧差がある

長旅で品質が劣化しやすいため

産地から出す品質が非常に重要！

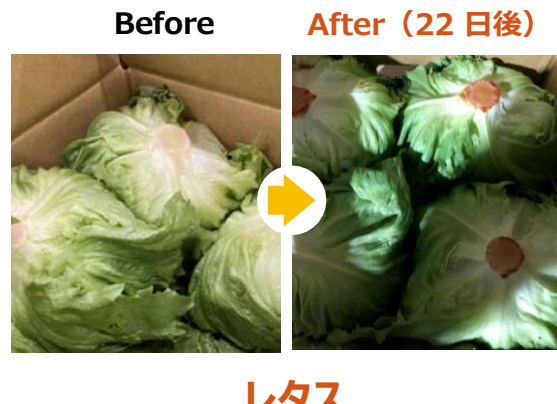
実証試験結果（一例／野菜類）

SCPコンテナは、CA コンテナのように鮮度保持環境から出した途端に急激に劣化することはありません。写真の日数は、SCP コンテナから出して、店頭での棚もちもするだろう目安の期間です。



水菜

葉の変色、とろけ無し



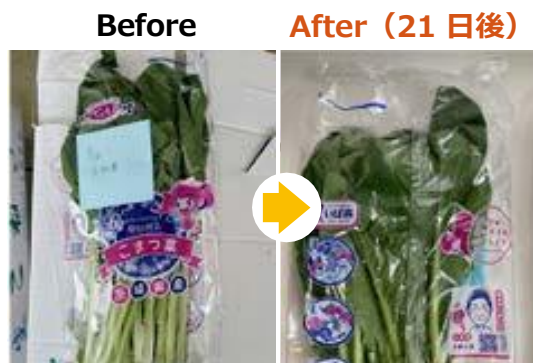
レタス

若干の軸の褐変はあるが
品質問題無し



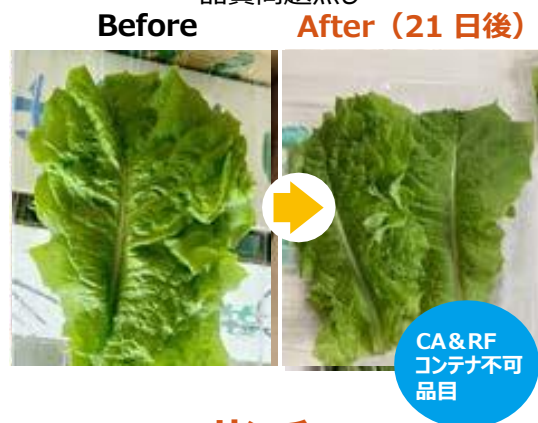
みつば

とろけや変色なし



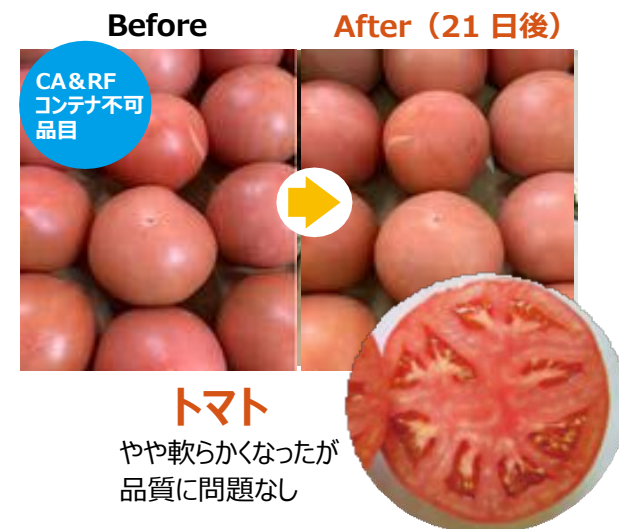
小松菜

しおれや変色なし



サンチュ

しおれや変色なし



トマト

やや軟らかくなったが
品質に問題なし



鹿児島県フェア時の売り場の様子

【期間】 シンガポール：2022/1/1～1/31

香港：2022：1/1～4/14(店舗リレー形式)



【大崎農園 大根】

プロモーションの様子

～ タイの店舗での陳列及び、販売スタッフの試食販売 ～





タイの店舗の売り場

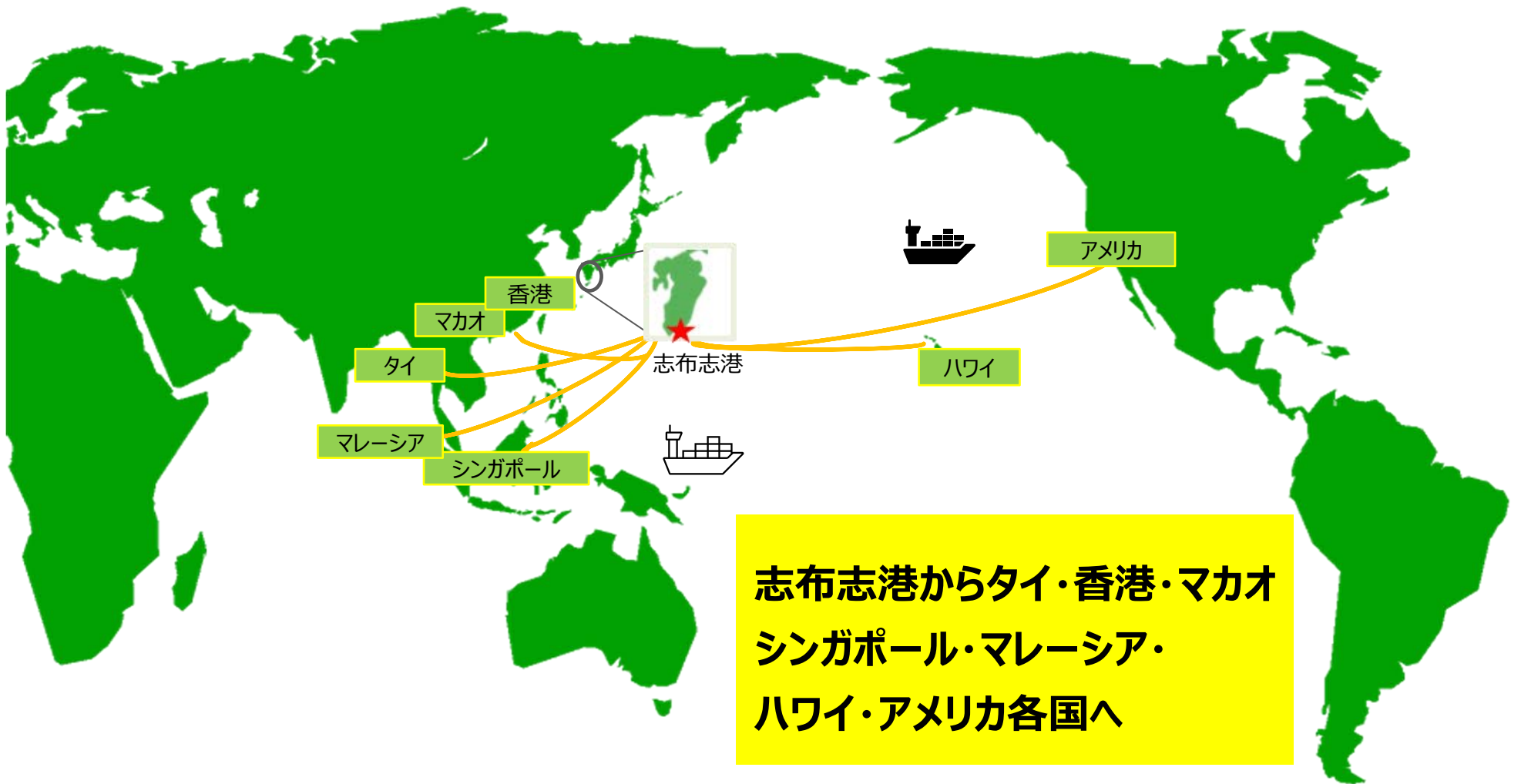


志布志港の活用

鹿児島だけでなく、九州地方
各産地を含むハブ港として
志布志港を活用

志布志港を起点として
all九州で世界に挑戦していく





志布志港からタイ・香港・マカオ
シンガポール・マレーシア・
ハワイ・アメリカ各国へ

農林水産物の海外輸出は、儲かるのか？

はい or いいえ

答えは……

どちらも正解です。

なぜなら、始まったばかりだからです。

**しかし、農林水産物の海外輸出は
継続的に成長することは間違いありません。**

日本は人口が減っていく一方、
海外には人口や所得が増加傾向の国がいくつもあるからです。

これから従来のやり方を続けても
絶対に上手くいきません。

釣りに例えると…



魚が増えていく所で釣りをするのか



魚が減っていく所で釣りをするのか

答えは明らかです。

日本の農業は、毎年同じ池で同じ魚を釣っています。それが悪いとは言いません。

しかし、今後そのビジネスを続ける人はどれ位いるのでしょうか？

**人口減で労働力を海外の技能実習生に頼らざるを得ない
現状を言い訳にして甘んじていませんか？**

魅力があり、儲かる農業であればやってみようと思う人は増えますし、商売の自由度を広げていけばさらに増えていくと感じています。

今日はそんな海外へのビジネスが今後日本の農業を救う可能性があるかを、一緒に考えていきたいと思っています。

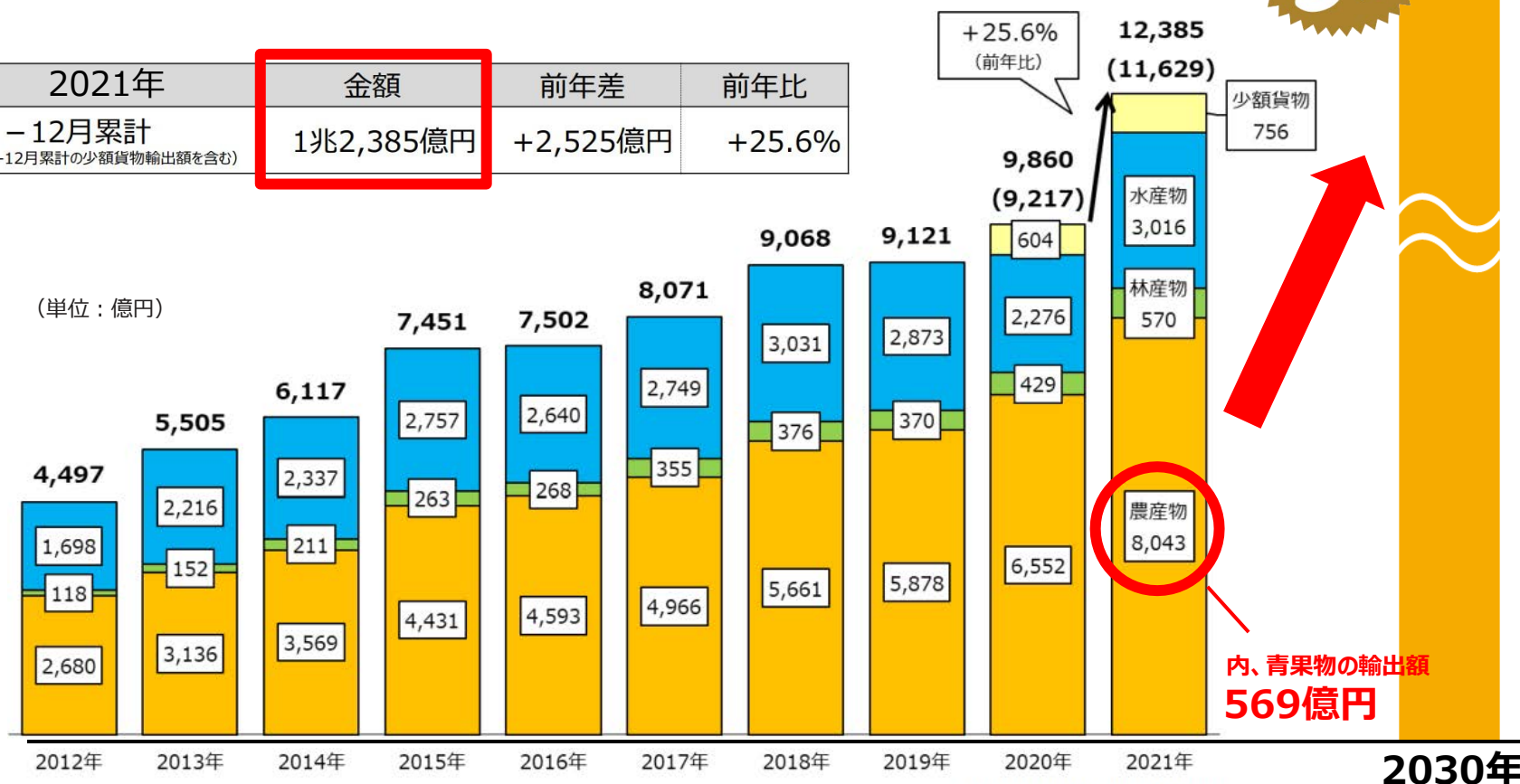


日本の農林水産物は、海外で売れるのか？

売れます。10年近くで、日本の農林水産物の輸出額は約2.5倍に。

日本全体の農林水産物の輸出額

2021年	金額	前年差	前年比
1 - 12月累計 (1-12月累計の少額貨物輸出額を含む)	1兆2,385億円	+2,525億円	+25.6%



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

何故、日本の農産物は売れるのか？

おもな 5つの理由

- ① 他国産よりも品質がよくて**美味しい**
- ② 日本産という**信頼感**・イメージのよさ
- ③ 商品や生産者に**ストーリー**がある
- ④ **政府が旗振り役**となり、海外輸出を後押ししている
- ⑤ インバウンドにより海外の方が多く来日。
日本での食経験で**ファン**になった。

しかし、世界各国の輸出量と比べれば日本は……

➡ **スズメの涙**ほどのシェアしか奪えていない。



日本は、どんな国に輸出しているか？

順位	2021年1-12月（累計）						
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物
1	中華人民共和国	2,224	19.1	+35.2	1,395	239	590
2	香港	2,190	18.8	+6.0	1,505	18	668
3	アメリカ合衆国	1,683	14.5	+41.2	1,196	64	423
4	台湾	1,245	10.7	+27.0	943	34	268
5	ベトナム	585	5.0	+9.4	393	8	184
6	大韓民国	527	4.5	+26.9	305	45	176
7	タイ	441	3.8	+9.5	228	7	206
8	シンガポール	409	3.5	+38.0	343	5	60
9	オーストラリア	230	2.0	+39.1	203	2	25
10	フィリピン	209	1.8	+35.6	77	108	24
-	E U	629	5.4	+43.8	518	16	94

ほか、マレーシアやカナダなど。

官民を上げた日本の農林水産物の輸出は始まったばかりのため、規制等の事由により輸出可能国はまだそんなに多くありません。しかし今後、日本の農林水産物の輸出が日本の重要な産業となるので外務省、農林水産省、経済産業省が一体となり、規制緩和等の交渉を各国としています。

人口規模≒市場規模

世界に目を向ければ
市場規模は日本の

何百倍！？



海外の消費者は救世主となるのか？

海外の消費者

- ① 日本産に対して一定の（過剰ではなく）**付加価値**を感じ、購入してくれる顧客である。
- ② 日本の青果物の**美味しさ**を、これから知る人が多い。
（⇔日本は美味しいのが当たり前で、価値を感じてくれる人が減った）



海外輸出は、なぜ持続可能なのか？

海外輸出にチャレンジした産地のなかには、1度輸出しただけで後が続かなかった、という事例もよく聞かれます。現地との商流を上手に築けなかった、品質が海外までもたなかった、など理由はさまざまです。しかし、これは輸出が軌道に乗るまでのプロセスとして必ず通る道だと思います。

なぜ、農産物の海外輸出は持続可能なのか？



理由① 政府が2030年までに農林水産物の輸出額を5兆円まで伸ばすことを目指しており、政策になっている。

(= さまざまなサポートが受けられる)

理由② 日本の農業人口は減っていくが、生産できる場所（資源）がある（＝突然が魚がいなくなる海洋資源等とは違う）。

理由③ 日本の食品市場自体が海外に目を向けているので法整備や規制緩和が確実に進んでいく。

～熊本県のいちご輸出の実例～

熊本県の各生産者宅まで保冷車で巡回して集荷し、北九州空港（福岡空港）から輸出。収穫から最短 2 日後には海外の店頭に出るため、通常の市場流通品よりも鮮度や品質が抜群。
主要取引先である DON DON DONKI に高く評価され、同店で販売したいちごのシェアのほとんどを占めました。

【1日目】
収穫 & パックつめ



【2日目】
集荷 & 輸出



福岡空港で検疫を受けてから、タイ、香港、マカオ、シンガポール、台湾、アメリカ等へ。



【3日目】
現地着 & 販売



■ 現地着荷時の平均ロス率

本取り組み：約0.8%

市場流通品：約 8.3%

輸出は儲かるのか？

ポイント① 自分の商品を分析し、真の買い手を知る

- ・商品を買ってくれる真のお客様は、国内の中間業者（卸業者等）にあらず。海外のバイヤーや消費者です。国内の中間業者の評価ではなく、海外のバイヤーや消費者にとって、自分の商品はどうなのかを知しましょう。
- ・海外輸出している同業の商品と比較することで、自分の商品を分析しましょう。劣っていれば勝つために攻めに動くか、引くかを決めましょう。

現地のバイヤーや
消費者こそが真のお客様！



ポイント②

商流を知り、必要な中間業者とのみ付き合う

- ・マージンをとるだけで、実務への関与が薄い中間業者が入ることが往々にしてあります。
海外の買い手が買いやすく、そして生産者が適正な利益を得て栽培を継続するためには、余分な中間業者を省くことが大切です。海外の買い手は売るために少しでも安く買いたいたですが、これは個人が商品を買うときと同じことです。

ポイント③

儲かるためのコスト計算をする

- ・当社の青果物の仕入れは市場価格ではなく、買い手と売り手が合意したお互いに利のある価格です。つまり生産者は売りたい値段をベースに、買い手（海外のバイヤーや輸出者）と相談して価格を決められるということです。そのためには商品の生産コストの計算とコントロールができるようになることが大切です。

輸出者や海外に直接売るとは、減りゆく就農人口を食い止める方法のひとつ。

➡ 輸出で成功している生産者は増えつつあり、輸出専門の生産者も出現。

➡ エンジェルスの大谷のように二刀流で
作るだけでなく「売る」ことに意識を持つことが大切。

海外輸出の“ 覚悟 ”とは？

海外に輸出をお考えなら、いくつか国内ビジネスと違うことがあるので、それを受け入れてほしいと思います。

覚悟 ①

1回で終わってしまうことがある

ライバル多し！

日本国内での競争はもちろん、真の競争相手は海外産！

覚悟 ②

さまざまな管理や手続き、準備がある

輸出先国によって規制はさまざま。ゆるい国がある一方…

“ 残留農薬基準のクリア ”、“ 園地登録 ”、“ 衛生証明書の取得 ” などハードルがある。

海外輸出の“ 覚悟 ”とは？

覚悟 ③

従来の商流を変える可能性

海外産と戦うためには、適正価格であることが重要。伝票だけの中間業者は、勝ち残るためには不必要！

海外／商流がスマート ⇔ 日本／中間業者が多すぎる

覚悟 ④

農作物の品質に本気で取り組む

思っている以上に、海外の方は日本の果物に期待し、初めて食べた人はその美味しさに驚いた顔をします。

作ったものを心から楽しんでもらうことが生産者の醍醐味。

この“やりがい”こそ生産者の未来であり
後継者に繋がる

最後に

～弊社がこのビジネスに最も喜びを感じるとき～

ひとつは、海外の方が日本の農産物を食べて、美味しそうにしている姿を見たとき。

**もうひとつは、輸出した生産者の方が海外での評判を知り、
本当に喜んでもらえたときです。**

海外の消費者の反応を生産者の方にお伝えすべく、弊社ではSNSを活用して、こんな取り組みもしています。





今井 政樹

管理者・2019年6月15日 17:24・🌐

皆様！こんにちは🌞
シンガポールよりお届けします！

ドンドンドンキーシンガポール4店舗
【茨城メロン🍈フェア】開催中！！

orchard店
100AM店... もっと見る



今井 政樹

管理者・2019年9月30日 22:06・🌐

バンコクにも秋🍁到来！

dondondonki Thailand販売スタート！！
その他、店舗様も次々と柿が販売スタートして
いきます！！

今年も秋🍁の始まりには相応しい、生産量日
本1の紀北かわかみ様の【刀根早生柿】。
... もっと見る



Facebookグループ
**その美味しさ！
世界へ届け！**

海外の模様を配信！

