

# 青果物輸出産地 セミナー&マッチングin関西



日本青果物輸出促進協議会  
Japan Fruit and Vegetables Export Promotion Council

2023年2月28日(火)

13:00開始 18:00終了予定

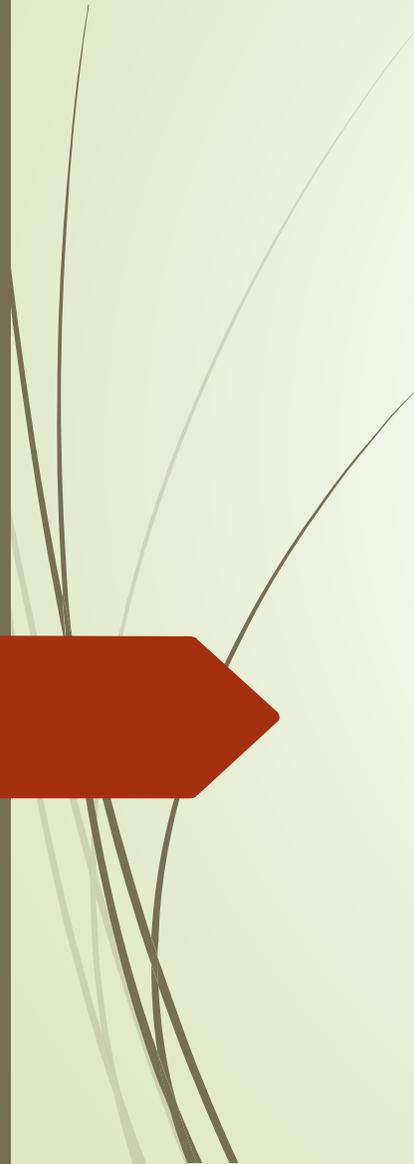
会場：オービックホール (オービック御堂筋ビル2F)

## 【一部：セミナー】

1. 日本青果物輸出促進協議会
2. アクセンチュア株式会社
3. アグリグローバルデザイン
4. えひめ愛フード推進機構
5. 株式会社米子青果
6. みかんのみっちゃん農園

## 【二部：個別商談・交流会】

- ・商談会は事前申込み者のみ
- ・交流会はどなたでもご参加いただけます



**「青果物輸出産地セミナー」  
日本青果物輸出促進協議会が行う  
事業の実施体系**



**令和4年度の品目団体支援事業の実施体系**

# 全体の事業実施体系

- ➡ **1 日本産青果物のブランド確立**
- ➡ **2 輸出産地リスト事業者の輸出支援**
- ➡ **3 日本産青果物のプロモーション**
- ➡ **4 マーケットリサーチ等**

# 1. 日本産青果物のブランド確立

11	統一広報資材作成	FCG委託	青果物マーク付きのポスター、はっぴ等の統一広報資材を販促事業実施時に使用することによるジャパンブランドの定着
12	青果物マークシールを活用した日本産青果物のブランド確立	JDMSO委託	青果物マークに偽造防止機能を付加したシールを販売用パッケージに貼付することによる偽造防止とブランドの定着。



## 2. 輸出産地リスト事業者の輸出支援

21	輸出産地リストの事業者情報広報用資料作成費 (海外バイヤーが必要とする情報の収集)	JTB委託	輸出産地事業者の青果物を海外のバイヤーに説明する資料を作成して、輸出者や海外のバイヤーとの商談に活用する。
22	輸出産地リストの事業者を対象に輸出商社やバイヤーとのオンラインマッチング	アクセンチュア委託	輸出産地リストの事業者を対象に輸出商社やバイヤーを対象にオンラインマッチング実施。地域ごとに対面での個別マッチングも行う。
23	海外の拠点でバイヤーを招聘して商談を実施。	ABCスタイル委託	海外の拠点で旬の青果物を展示してバイヤーを招聘して試食やスイーツを作成して商談を行う。

### 3. 日本産青果物のプロモーション ①

31	日本産青果物のPRのためのプロモーション動画の作成	JTB委託	りんご、かんきつ等の青果物ごとにプロモーションビデオを作成して、販促実施時や展示会で活用することにより販促効果の向上や日本産青果物の認知度向上を図る。
32	ビッグデータ活用のターゲット広告宣伝事業	JTB委託	購買データから日本産青果物の購買可能性のある者に対してターゲット広告を行い、販促効果の増大を図る。
33	ビッグデータ活用のインバウンドを狙った日本産青果物のPR	VPON委託	香港、台湾は訪日客が多い国であることから、訪日経験のある消費者にターゲット広告を行うことにより、インバウンドを誘起して輸出増大に繋げる。

### 3. 日本産青果物のプロモーション ②

34	香港、台湾等の定着市場やマレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム及びフィリピンの新興市場やアメリカ、カナダ及びEUにおける販売促進事業	会員	現地の量販店等においてマネキンによるりんご、かんきつ、いちご、かんしょ等の試食提供を行うことにより販売促進を図る。同時にその内容についてターゲット広告を行うことにより相乗効果を狙う。
35	統合型マーケティング・コミュニケーション事業	JFOODO、ADK委託	SNS運用等による情報発信、消費者イベント、デジタル広告等を行う。
36	フルーツロジスティカ出展(ベルリン、2023年2月)	会員	EU向けのりんご、ぶどう、もも等の青果物についてバイヤー商談を行う。アンケートを実施してニーズのとりまとめを行う。その結果についてはHPで公表し今後の会員の販促活動に活用する。

### 3. 日本産青果物のプロモーション ③

37	ドバイ青果物プロモーション	ABCスタイル 委託	2022年にUAEで実施した成果を踏まえて、プロモーションと商談を行う。その結果についてはHPで公表し今後の会員の販促活動に活用する。
38	香港、台湾等の定着市場やマレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム及びフィリピンの新興市場やアメリカ、カナダ及UAE及びhEUにおける販売促進事業	会員	現地の量販店等においてマネキンによるりんご、ぶどう、もも、かき等の試食提供を行うことにより販売促進を図る。
39	レシピ配布とSNS活用キャンペーン	JTB委託	量販店との協力によりレシピ配布とSNS活用キャンペーンなどの効果的なキャンペーンを行う。

## 4. マーケットリサーチ等 ①

41	マイクロマーケットリサーチ等によるマーケットニーズの把握	ABCスタイル委託	香港、台湾等における店頭等価格品質調査
42	青果物マーケティング調査(アメリカ、カナダ、オーストラリア)	NRI委託	輸出可能な青果物が限定されているため、今後の解禁を視野に、日本産以外の青果物の輸入、流通、販売及び利用状況を調査してセミナー等に活用する。
43	商流活用のマーケティング調査(マレーシア、シンガポール、ベトナム等)	会員	既存の商流を活用した調査を行うことにより、りんご、かんきつ、ながいも、メロン以外の新規の品目や新品種のニーズを探る。

## 4. マーケットリサーチ等 ②

44	中期的な輸出拡大計画作成のための青果物部会開催	協議会	りんご等の青果物部会を開いて、既に作成済みの青果物輸出戦略の中から中長期の目標を作成する。
45	青果物の輸出に関する専門家を雇用して電話、メール等による相談対応をおこなう。	協議会	青果物の輸出に関する専門家を雇用して相談対応を行い、その内容を取りまとめてセミナーを開催するとともに、HPに掲載する等により課題解決の一助とする。
46	大規模かんしょ輸出確立実証事業	NRI委託	生産体系の実証、物流体系の検証、販売体系の検証を行い、各段階における最適な輸出システムを構築する。

## 4. マーケットリサーチ等 ③

47	新規包材及び輸送方法を用いた鮮度保持輸送試験	会員	タイ、シンガポール向けのイチゴ、かんしょの荷痛み防止や腐敗防止の資材を用いて輸送試験を行う。
48	商流活用のマーケティング調査(香港、台湾、タイ等):旅費	会員	既存の商流を活用した調査を行うことにより、新規の品目や新品種のニーズを探る。

## なぜ、輸出促進なのか

- 我が国の市場は縮小する。  
人口 2020年：1.2億人 →2050年：1億人  
現在の果物の大ファンは、65歳以上。
- 果樹園の成園には、10年要する。
- 将来の市場を見越した果樹経営が必要。
- 国内市場が縮小する中で、新需要・新市場を獲得していくことが必要!!

# 輸出促進事業とは

- 輸出金額を増加する**ミッションをクリア**していくためには、**輸出の流れを正しく理解**している「**輸出拡大のプロ**」の活用が必要。

いきなり、販路開拓(展示会出展等)からスタートしても、  
うまくいかない!!



- **輸出促進事業**は、「**認知**」のためのプロモーションだけで、**終了してはいけません**。  
「**認知**」→「**購買・喫食意向**」→「**実際に購買・喫食**」→「**再購入**」まで**確実に推進**することが必要。



上記の一連の流れを構築するため、**段階的な取組を推進**していくことが必要。

## 青果物輸出産地セミナー関西 (2/28)

# 関西からの青果物輸出 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  
ビジネスコンサルティング本部

中塚 耀介

# 青果物輸出産地セミナー & マッチングin関西 ～開催概要

関西(中国四国・東海エリア)の青果物産地に輸出の魅力を伝達するだけでなく、  
 商社/バイヤーとの商談、及び他事業者とのネットワーキング促進まで伴走。

← 2/28(火)1日完結 →

関西エリアの青果物産地に輸出の魅力を伝達・  
 商談・ネットワーキング促進まで伴走

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またはオンライン開催
  - 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対応を想定
- 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

# 登壇事業者・参加バイヤー

## 登壇事業者様

---

- 愛媛県ブランド戦略課
- 米子青果
- みかんのみっちゃん農園
- アグリグローバルデザイン

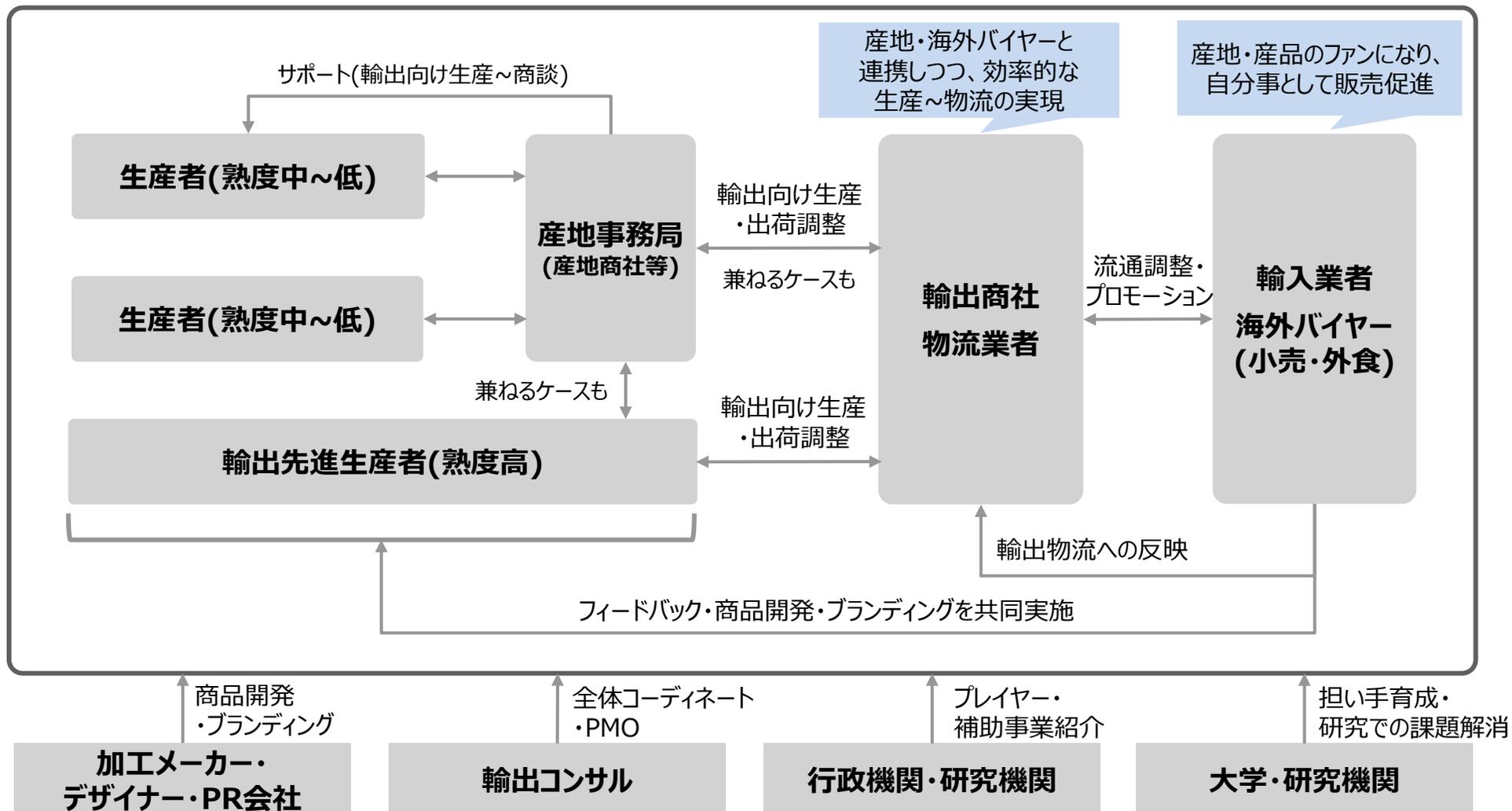
## 参加バイヤー様

---

- 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 (PPIH)
- かね善グループ
- Top weal Limited
- ローヤル

# 青果物輸出産地形成における“チームづくり”の重要性

海外バイヤーを含めたチームづくりを行いつつ、大ロット安定供給に向けて、生産者を束ねる“産地事務局”や全体をコーディネートする輸出コンサル等も重要。



## 生産者を束ねる“産地事務局”の役割

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

# 輸出における“チームづくり”事例 ～大吉農園 & ES・ナチュラル

キャベツ輸出を積極的に行っている大吉農園での輸出知見を活かして、鹿児島県内生産者のGAP取得・輸出向け生産/販路開拓サポートを実施。

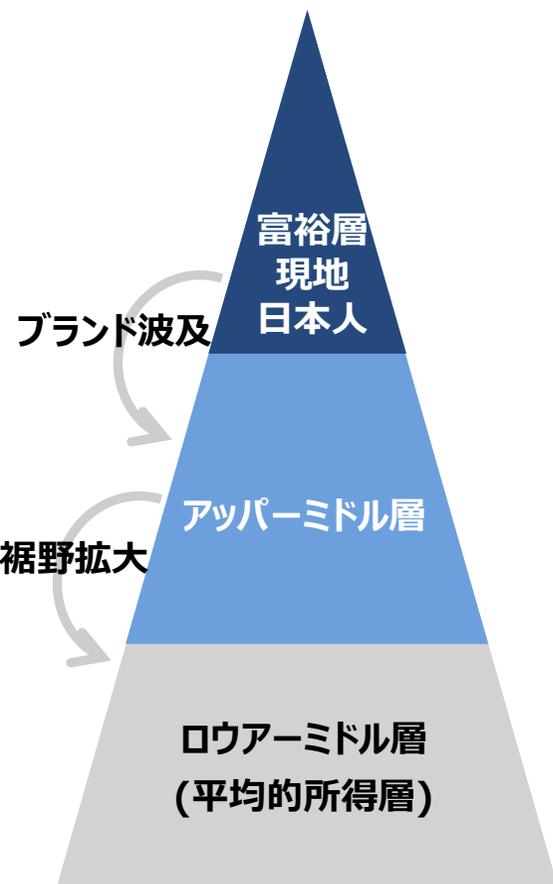
## 青果物商談会の様子



- 鹿児島県内生産者のGAP取得・輸出向け生産・販路開拓サポートを実施
- バイヤーに複数品目を取りまとめて提案
  - 大吉農園の輸出で確立した販路・ネットワークを活用
- 輸出に向けてハードルの高い検疫対応・物流ルート構築等に関して他生産者を重点サポート
- 北海道や東北等の他地域の生産者支援を通じた産地関連携も実施

# 目指すべき日本産果物輸出の姿

ブランド波及を通じてアッパーミドル層への訴求を狙うべき。中長期的には、大ロット輸出を実現し、日常消費を狙うことが重要。

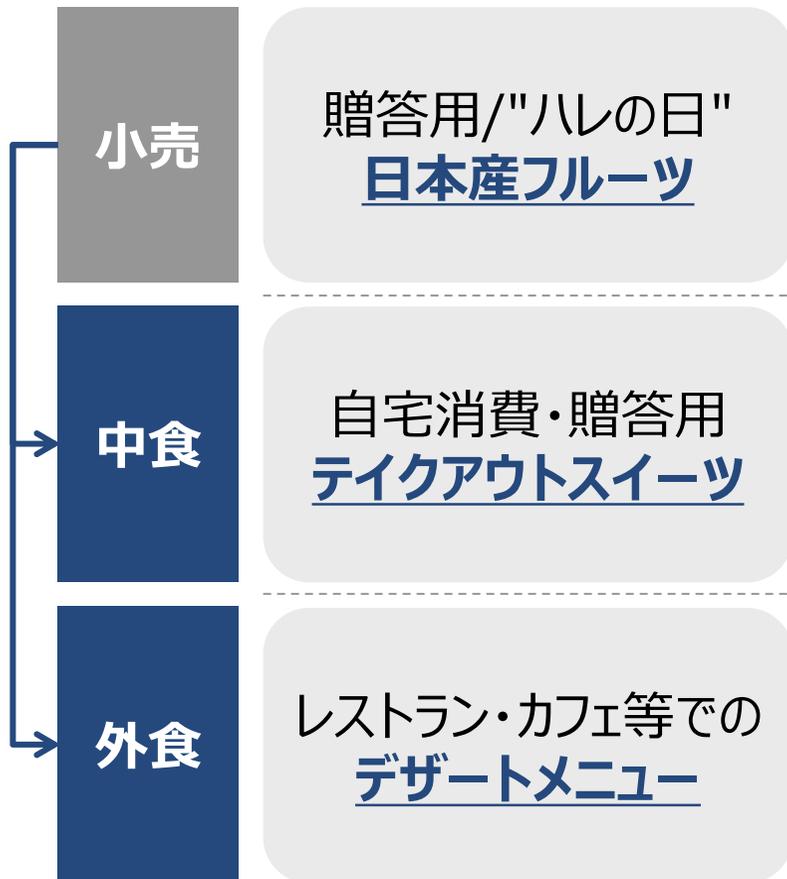


	方向性	ターゲットチャネル	先進事例(香港)
<p><b>“日本産”ブランディング</b></p>	<p><b>“非日常体験”の創出</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>贈答用、パーティー用等、特別感の演出</li> <li>パッケージの工夫も必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系小売・百貨店</li> <li>現地系小売(高級)</li> <li>高級日本食店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あまおう (高価格帯いちご)</li> </ul> 
<p><b>小ロット多品目輸出</b></p>	<p><b>“ハレの日”需要の開拓</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自分へのご褒美・祝い事等での定期消費</li> <li>多様な日本品種の訴求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系大手小売チェーン</li> <li>現地系小売(アッパー)</li> <li>高級ホテル(ブッフエ等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>もも</li> <li>ぶどう</li> <li>いちご</li> <li>かんきつ</li> </ul> 
<p><b>大ロット輸出</b></p>	<p><b>日本産の“日常品化”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>朝食・間食・食後のデザートとしての家庭内消費</li> <li>輸出向け大規模生産・周年安定供給が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系大手小売チェーン</li> <li>現地系小売(一般)</li> <li>街市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>りんご</li> </ul> 

# 果物の販路拡大に向けたポイント

小売チャネル以外の販路拡大に向けて、日本産果物を活用した“スイーツ”を軸に中食・外食での販路開拓を狙うべき。

“スイーツ”を起点にチャネルを多様化



## 具体的な使用シーン・ターゲット想定

- "ハレの日"での自分へのご褒美や、家族の記念日等での自宅消費
- 子供向けの食事や間食での消費
- 春節・中秋節での親戚・友人への贈答、ビジネス用ギフト
- 社会人女性中心に、“自分へのご褒美”用スイーツ消費
- 若者向け中心に、“SNSウケ”狙いの購買
- 家族や友人等へのプレゼント用
- 流行に敏感な若い女性やカップル向けに、カフェやホテルのブッフェ等での注文(“美食家”のデザートタイムにも)
- スイーツと親和性の高いカフェ店や、和食ブームを牽引する寿司店等でのデザートメニューとしての注文

高価格帯商品となるため、まずはハイエンド店から販路開拓を狙うべき

# 青果加工品の商品開発・輸出

規格外品の活用も見据えて、地域のメーカーも巻き込みつつ、日本の技術を活かした青果加工品の輸出を図るべき。

## 飲料(ジュース・ワイン・炭酸飲料等)



## 冷凍果物



## ピューレ・ペースト



## パウダー



## アイスクリーム



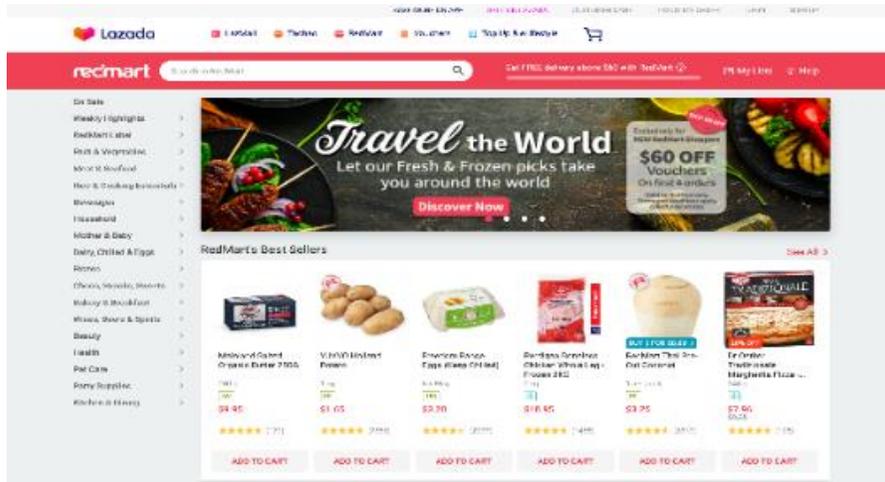
## ドライフルーツ



# 海外ECにおける日本産青果物の取り扱い拡大

Redmart・HKTVMモール等の各国大手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。

# 日本産野菜の現地メニューへの活用 ~GFPシンガポールイベント

野菜の輸出拡大に向けては、日本産の強みが活きる現地メニューへの活用・試食と産地ストーリーの訴求が必要であり、試食イベントを通じた取組を推進。

## GFPシンガポールイベントでの提供メニュー(2/9)



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

## 関西からの青果物輸出拡大のポイント

- 日本屈指の青果物卸売市場が存在するため、市場の集荷機能を活用した青果物混載・安定供給輸出モデルの確立・拡充
- 阪神港・堺泉北港という輸出拠点港湾の輸出利用を拡大するために、市場連携輸出と関西・中四国からの産直輸出を組み合わせた港湾利用・鮮度保持モデルの確立（ハード整備を含む）
- 関西の加工技術を生かした輸出向け青果加工品の商品開発
- 万博・インバウンド拡大を見据えた、関西発での日本産青果物の海外バイヤー・消費者へのPR拠点の整備
- 産地～卸売市場と連携した、輸出向けの包材対応・統一、パレタイズ化も重要なテーマ

## 輸出に関心のある皆様 GFPへの登録をお願いします。



# GFP

農林水産物・食品  
輸出プロジェクト

こんな方にGFPは最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じた成約事例も続々と出ています！

登録  
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

**WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>**  
**fumiya.oguri@accenture.com**



# 冷凍加工食品の輸出の取り組み 青果物輸出産地セミナー&マッチングin関西

2023. 02.28



農の未来づくり有限責任事業組合  
事務局：株式会社アグリグローバルデザイン



## 農の未来づくり有限責任事業組合（Creating the Future of Agriculture）組織概要

### ■有限事業組合概要

- (1) 組合名 農の未来づくり有限責任事業組合
- (2) 登記拠点 大阪府 事務局：株式会社アグリグローバルデザイン
- (3) 設立 2022年7月25日
- (4) 出資組合構成（順不同）
  - 千房ホールディングス株式会社
  - 大起産業株式会社
  - 株式会社泉州屋
  - 株式会社新杵堂
  - 株式会社アグリグローバルデザイン

### (5) 設立理念

国産農林水産物を原料にした冷凍加工食品製造、輸出販売を行うことで農林水産業の発展に貢献する。

### (6) 事業目的（登録定款）

1. 国産農林水産物を原料とした加工食品の販売
2. 地域の農林水産物を使用した加工食品の製造販売に係るコンサルティング
3. 上記各号に附帯関連する一切の事業

### ■具体的な事業内容

当事業組合は、国内の生産事業者、食品加工メーカー、流通事業者等と連携して、付加価値の高い商品を持続的に開発・販売

するバリューチェーン・サプライチェーンを構築します。

販売ターゲット国・地域：香港、シンガポール、台湾等アジア全域及び欧米

### ■お問い合わせ

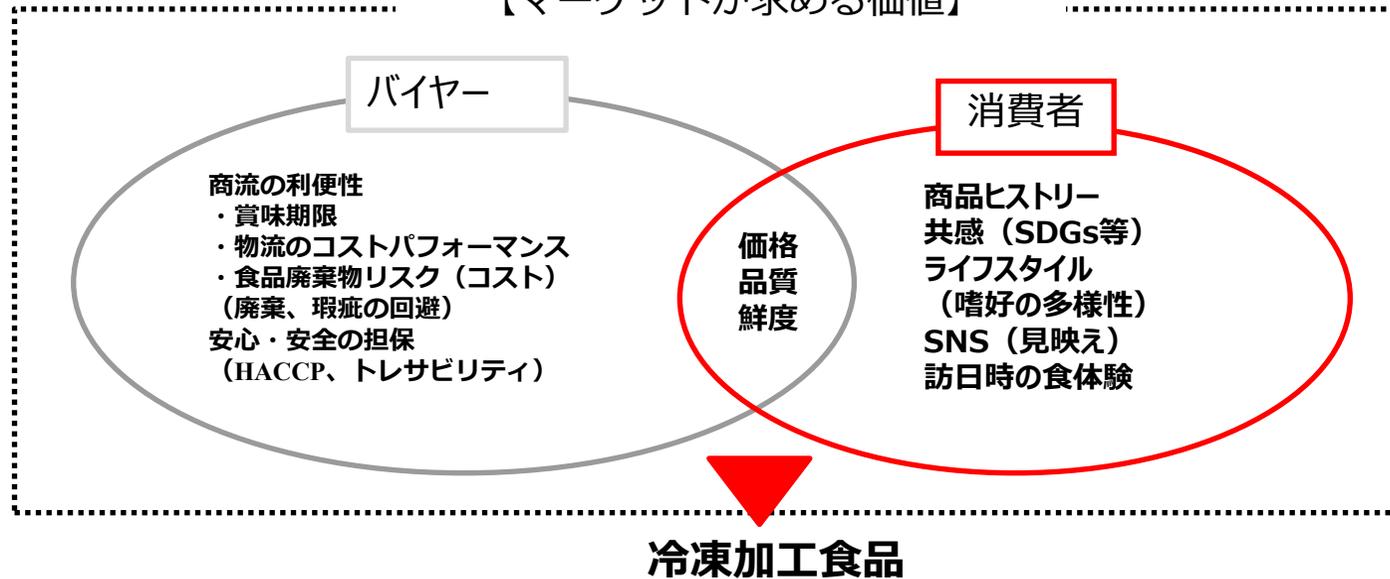
事務局：株式会社アグリグローバルデザイン 西川、田上 HP：<https://www.agriglobaldesign.info/>

## 農の未来づくり有限責任事業組合の設立の経緯



『付加価値のある商品の開発 = 海外販路の創出・拡大』

【マーケットが求める価値】





# フードバリューチェーン・サプライチェーン構築



## 農林水産物の生産者との連携

### 【原料調達】

果物、野菜、米  
茶、肉

### 【一次原料加工】

(ペースト・ダイス等)  
株式会社泉州屋  
(GF株式会社)

### 【商品開発・発掘】

- ・国産原料を使用した冷凍加工商品
- ・海外市場ニーズのある付加価値商品
- ・賞味期限1年以上、
- ・コンセプト
- ・FSSC22000・HACCPの取得 (今後)
- (地域食文化・健康・SGDs・利便性)

【冷凍技術サポート】  
サラヤ株式会社  
最新冷凍技術の急速液体凍結機  
『ラピッドフリーザー』紹介

### 【物流】

冷凍物流  
・混載物流  
↓  
・大口  
輸出  
※多品種PUSH型

### 【販売チャネル】

◎現地EC

HOKKAIDO MARCHE HONG KONG

冷凍食品の啓蒙  
・試食する機会

### 【POP UP ストア】



香港APITA (12/26-1/3)

・ライブコマース  
・SNS投稿・通販  
Youtuberによる発信



・訪日客への訴求  
(訪日客の消費から帰国後の再購入の創出)



おいしい笑顔をつータルプロデュース  
株式会社 泉州屋

「ペースト加工」なら  
泉州屋にお任せください!!

おいしい笑顔をつータルプロデュース  
株式会社 泉州屋

新軒堂 SHINIKENDO

鮮度がごちそう  
大起水産

千房 CHIBO CHOKKUMAYAKI NET SHOP

AGD AGRICULTURAL DESIGN



【広く募集中!】  
日本産原料を  
使用した  
冷凍加工食品



## 取組事例・今後の展望例 ～流通・ブランディング



### 流通に関する取組・今後の展望

従来課題	現在の取組	今後の展望
<ul style="list-style-type: none"> <li>個社では、定期的な冷凍輸送できるほどの物量確保が課題</li> <li>小口混載においても、コンテナ満載できる商品の種類が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LLPでは、冷凍食品メーカーが集い、共同の物流ルートを構築</li> <li>LLP事務局がとりまとめて、混載に関するメンバー企業・輸入商社、現地小売間の調整を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冷凍加工食品の多品種提案を可能にし冷凍コンテナ満載の輸出を実現したい</li> <li>泉州屋は、大阪・東部市場に拠点があり冷凍倉庫、冷凍のピッキング施設を保有、更に神戸港へのデリバリーを実現</li> </ul>



輸出意欲ある事業者が集まることで、  
流通に関する効率化・コスト削減の実現を目指す

### ブランディング取組・今後の展望

#### 【POP UPストア】



- 12/26-1/3に香港APITAでPOP UPストアを設置
- メンバー企業の複数商品が集まることで、一定の冷凍スペースを確保でき、注目されやすい
- 現地では、テイクアウト商品や常温・冷蔵商品との品質（鮮度、美味しさ等）の違いが判らないという反応が多く、今後も継続的な試食や科学的根拠等を示す取り組みが必要と考えられる

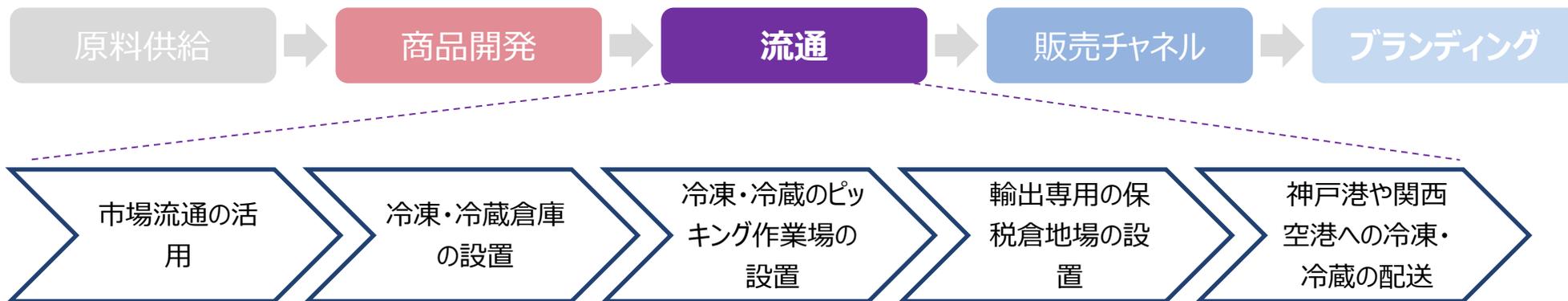
#### 【訪日客への訴求】



- 訪日客のインバウンド体験は付加価値を付けるきっかけ。来日試食機会→ECによるリピート客確保を目指す
- 2025年大阪万博にて試食機会を創出し、日本の冷凍食品をアピールしたい



## 泉州屋（大阪東部市場仲卸） ～冷凍・冷蔵の輸出物流の集積拠点



既存の**市場流通利用**による国内輸送コストの抑制



大阪東部市場内に**ピッキング作業場の設置**による輸送コスト及び時間の短縮

大阪東部市場に隣接する**冷凍ペースト加工事業者**との提携による輸送コスト及び時間の短縮

東部市場から車で5分の位置に**輸出専用保税倉地場の認可予定**（4月頃）  
検疫・通関を実施し、空港・港へ配送



# 農の未来づくり L L P 構成企業・サポート企業のソリューションを活用

おいしい笑顔をつくるトータルプロデューサー

**株式会社 泉州屋**

【コールドサプライチェーンの相談】

- ・ペースト加工
- ・冷凍倉庫保有
- ・神戸港・関西空港へのデリバリー
- ・ピッキング

**ペースト加工なら 泉州屋にお任せください!!**

調理の手間を減らしたい! 新しい商品を作りたい!

- ✓ 旬の美味しさをそのまま冷凍保存、長期提供可能。
- ✓ 下ごしらえ不要のため、調理が大幅な時短に!
- ✓ 小ロットから製造可能。気配りに注文できます♪
- ✓ 食材調達も可能、日本中に調達ルートあります!

規格外の果物や野菜を活用したい!

- ✓ 無添加なので素材そのままの味を提供できます。
- ✓ 今まで食品ロスになっていた食材を有効活用、SDGsにも貢献!
- ✓ ベースト加工という付加価値で収益改善!

**素材のおいしさそのまま! 泉州屋のペースト加工!**

原料持ち込みOK! そのほか希望食材承ります。まずはお気軽にご相談ください♪

泉州屋 物販部 ☎06-6756-1888 ✉eigy@senzuyaya.co.jp

**千房 CHIBO**  
OKONOMIYAKI  
NET SHOP

【冷凍食品の海外進出相談】  
海外通販サイトでの帳合  
粉もん飲食・粉もん食メーカーとして

## 冷凍加工食品輸出プラットフォーム構築

いのちをつなぐ  
**SARAYA**

【冷凍凍結機の提案・  
冷凍食品の開発相談】

真空脱気包装機 シュットマン  
**SHUT-MAN**  
Seal Hot Foods in Seconds

1パック約5秒の高速パックで作業を効率化。出来立ての食材を熱いまま包装（ホットパック）が可能なので、冷却時間を短縮、異物混入リスクの軽減など衛生的なパックが可能です。



**新幹堂**  
SHINKINEDO

【冷凍スイーツの海外進出相談】  
冷凍スイーツメーカーとして  
FSSC22000取得。  
シンガポール法人設立

急速液体凍結機 ラビットフリーザー  
**RAPID FREEZER**  
Preserve Taste and Quality in Seconds

高品質に凍結するので解凍しても美味しさそのまま。冷凍保管で在庫期限も長くなる上に、通販への活用等、より遠くに配送が可能なのでビジネス範囲も広がります。





# 農の未来づくり LLP 構成企業・サポート企業のソリューションを活用



【海外販路開拓の相談・支援】  
 マーケティング調査、通訳・翻訳  
 海外バイヤーへの商品紹介  
 海外バイヤーとのマッチング

農の未来づくりLLP  
 構成メンバー：生産者・メーカー



輸出戦略コンサルティング  
 ・商品開発・ターゲティング)  
 ・商談日時セットアップ  
 ・商談後のフォローアップ

商談（訪問・Web）



商談時のモデレーター  
 ・双方の紹介  
 ・商談中の円滑化サポート  
 ・商談クロージングサポート

(株)アグリグローバルデザイン

[https://www.agriglobaldesign.in fo/](https://www.agriglobaldesign.info/)



商談事前調整

・商品の説明  
 ・商談スケジュール調整  
 ・商談後のフォローアップ



バイヤー

通販サイト



小売





## 今後の展開 ～冷凍加工食品メーカーのプラットフォーム構築～

### ～相談・協力・提携～

農の未来づくり有限責任事業組合では、今後もメンバーによる情報共有、営業活動、相互補完による物流、プロモーションに取り組んで参ります。

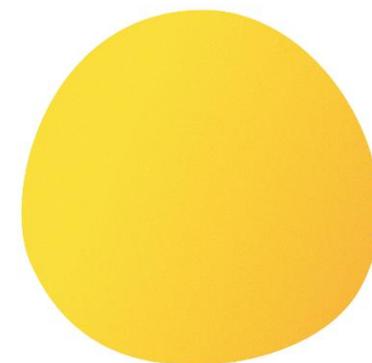


# 愛媛県産河内晩柑の欧州輸出 に関する取組みについて

～青果物輸出セミナー & マッチングin関西 (2/28)

令和5年2月

愛媛県農林水産部農政企画局ブランド戦略課  
(えひめ愛フード推進機構)



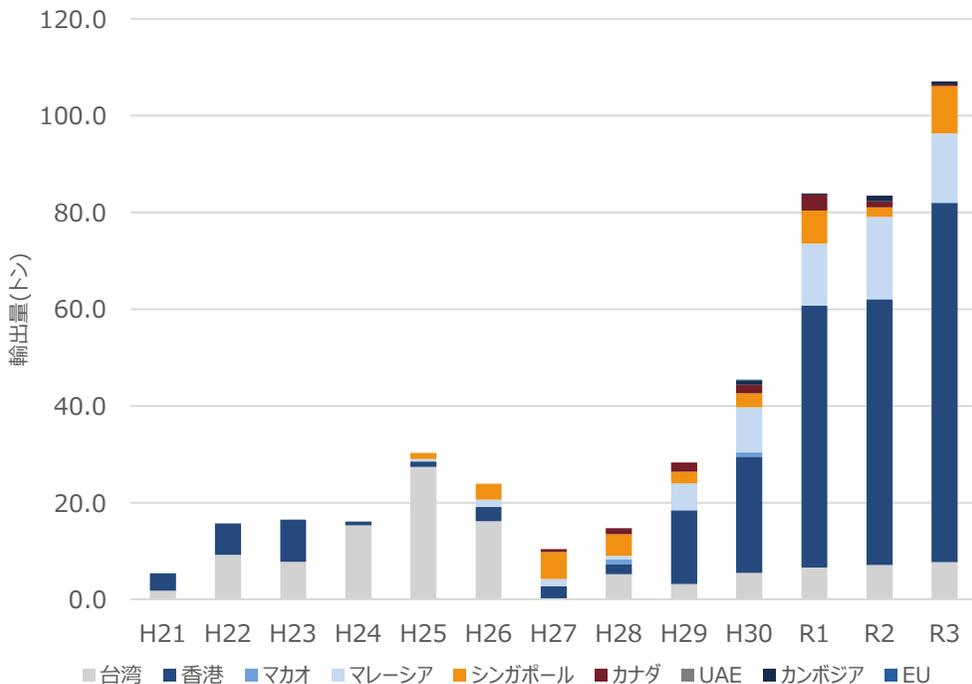
m/isho

# えひめ愛フード推進機構 ～概要

愛媛で生産された農水産物を「愛」あるブランド産品として認定し、統一的な戦略のもと、国内外での販路開拓に取り組む。

## 国内トップレベルの生産量を誇る柑橘の輸出拡大を推進

愛媛県産かんきつ輸出量の推移  
(えひめ愛フード推進機構関与分)



- 平成21年度の台湾・香港向け輸出を皮切りに、東南アジア・欧米へ青果物の輸出を拡大
  - H27年に残留農薬基準の規制にて台湾向け輸出が大きく減少
  - 令和3年には輸出量100t突破
- 生産者・商社のマッチング支援、特産物のプロモーション活動、輸出規制対応に向けた生産者支援等に取り組む

# 愛媛県産柑橘類の輸出

輸出先国の嗜好に応じて、柑橘類の品種を選定。柑橘類加工品など幅広く特産物を輸出。



台湾でのハウスみかん販売の様子

台湾や香港等のアジアで人気のある甘みの強い柑橘



甘平

紅まどんな

不知火

- アジア向けに温州みかん・ハウスみかん・紅まどんな等甘い柑橘類を輸出
  - アジア地域では酸味の強い柑橘類はニーズがあまりない
- ゼリーやジュース、ピール（皮の砂糖漬け）等の加工品も海外で人気
- フランス人シェフの愛媛県訪問をきっかけに、R3年から欧州向けに河内晩柑の輸出に挑戦
  - 令和4年7月に初輸出し、ドイツ・フランス・スイスで試験販売、P R

## 河内晩柑の特徴

- ◆出荷可能期間は3月下旬～7月下旬
- ◆愛媛県が収穫量日本一  
約8,000トン（全国の約7割を生産）
- ◆**爽やかでジューシーな果実**
- ◆抗炎症作用や認知機能維持効果のある  
**オーラプテンが多く含まれている**



## オーラプテンとは？

松山大学薬学部が愛媛県産柑橘の含有成分を網羅的に解析した結果、以下を確認

◆ 河内晩柑の果皮に機能性成分「オーラプテン(AUR)」が特異的に多く含まれている

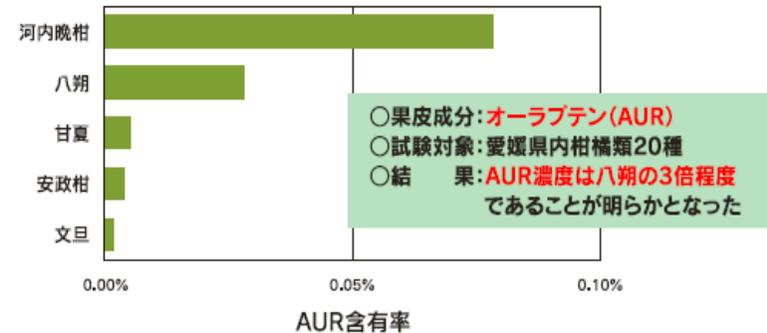
◆ AURが脳内の炎症を抑制する効果（神経細胞保護効果）を示す

高齢者の認知機能の一部である記憶力を維持する効果を確認

◆ 搾汁過程で果皮から果汁に移行

※AUR濃度は、果皮：果肉 = 100 : 1

【愛媛県内柑橘の果皮成分の比較例】



- 最新の研究により、長期間、体内でくすぶり続ける「慢性炎症」がさまざまな疾患に共通する基盤病態となっていること判明。
- 松山大学薬学部では、柑橘の機能性成分に着目して研究を行い、河内晩柑果皮に含まれるオーラプテンが脳に移行して、脳内で抗炎症作用を示すことを発見。

# 欧州輸出に向けたこれまでの取り組み

年 月 日	内 容
令和3年3月8日	<b>植物防疫所に園地指定申請・登録</b>
令和3年4月～	残留農薬基準に適合した栽培（慣行防除の <b>半分以下の薬剤</b> のみ使用）
令和3年4月～10月	植物防疫所によるミカンバエのトラップ調査（回/2週間）
令和4年1月～3月	植物防疫所による生果実調査（月1回）
令和4年2月・3月	生産者向け研修会の実施（2回）
令和4年3月	<b>欧州向けブランドネーム「Misho」及びロゴの決定（9/21商標登録）</b> ※ロゴ等制作は、ソニーデザインコンサルティング株式会社に委託
令和4年4月	<b>欧州向け検疫条件等を満たしたことを確認</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●病害虫調査：ミカンバエの無発生を確認</li><li>●残留農薬：検査の結果、基準を満たしていることを確認</li></ul>
令和4年5月10・11日	<b>フランス著名シェフ（フレデリック・ジョノー氏）来県（指定園地視察・生産者との交流）</b>
令和4年7月7日	<b>欧州でのテスト販売に向けた初輸出（植物防疫所による輸出検査）</b>
令和4年7月21～30日	<b>ドイツ・フランス・スイスでのPR及びテスト販売</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●事業者や消費者からは、味・香りともに他にない柑橘として高い評価を得て、生果実・果汁ともに完売</li><li>●フレデリック・ジョノーシェフ等の尽力により、<b>大手卸売業者</b>をはじめ現地有力者との人脈を構築</li></ul>

# 輸出園地の概要

## 所在地

- 愛南町（JAえひめ南）

## 面積

- 19.2アール
- ※来年度、面積拡大予定

## 収穫量

- 約5.0トン



# 欧州向けブランド戦略の構築 ~ネーミング・ロゴの作成

## 欧州向けネーミング

### 欧州向けネーミングを設定する理由

- 河内晩柑は、ドイツ語・フランス語で発音が困難かつ熊本の地名。
- 「ゆず」のように短い言葉の方が受け入れやすい。
- 愛媛県や愛南町のアイデンティティを重視。



現地商社やシェフ等の意見を参考に、愛南町や生産者等と検討した結果、

### 欧州向けネーミングを

「M i s h o (ミシヨー)」と命名。

(※現在、商標登録に向け手続き中)

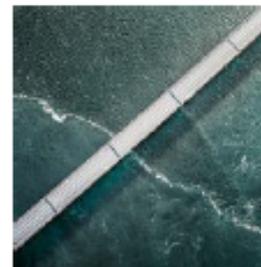
## ブランドロゴ

### ブランドロゴ



### <コンセプト>

- 架け橋 - Bringing Culture
- 「Misho」が愛媛と欧州の新たな食文化の架け橋に。
- 愛媛の「愛」を届ける。  
※ソニーのデザイン審議会を経て決定



日本/生産者/愛南/愛媛

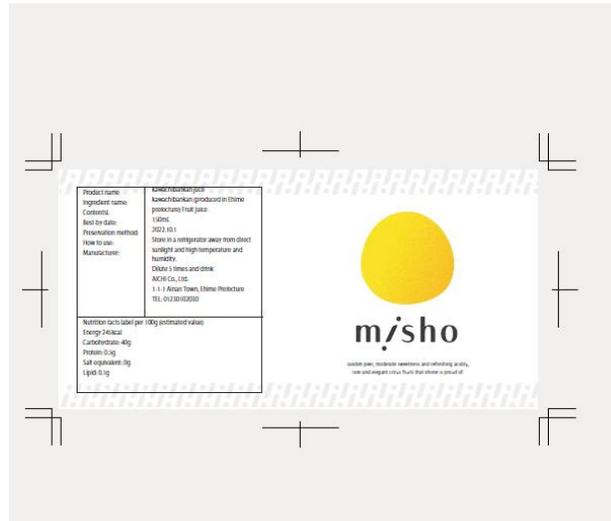
# 欧州向けブランド戦略の構築 ~ブランドイメージ



# 欧州向けブランド戦略の構築 ~こん包材等のデザイン



納入先	JAえびめ番	㊦ト寸法	561*1397		
品名	C8070 字) 字和ゴールド 10K 新	製造ライン	EVOL		
段種	ABF	製図者	石丸	依頼者	宮内
内寸	360×300×230	製回日	2022.02.21	C8070	



# 具体的な取組み ~フランス人シェフの来県

## 収穫期によって味が変わる河内晩柑にシェフが興味を持ち、生果及び果汁の輸出の大きなきっかけに。



### 愛媛県、仏人シェフ招く



### 「欧州でも売れる」と太鼓判

## 河内晩柑初の生果輸出へ

愛媛県は10日、「河内晩柑（ばんかん）」の欧州への初の生果輸出に向けて、フランス人シェフのフレデリック・ジョノー氏を愛南町に招いた。輸出用園地を訪れ、その後約40人の生産者らと意見交換した。ジョノー氏は「（河内晩柑は）収穫期によって味が変わる面白さなどがあり、ヨーロッパでも売れる」と太鼓判を押しした。

訪問した19・2町の輸出用園地は、JAEひめ南が管理し、新規就農を目指す研修生が栽培している。ジョノー氏は「果実だけでなく畑の土、葉や雰囲気などを知ることができた。とても貴重な体験になった」と喜んだ。

輸出用園地で河内晩柑を試食するジョノー氏（10日、愛媛県愛南町で）

愛南町役場で「河内晩柑」の生産者らと意見交換をした。ジョノー氏は、フランスで「河内晩柑」を広めていくために、一般消費者には苦味と酸味が少なく糖度が高い時期の果実を、一方でシェフなどのプロ向けには、苦味のある時期の果実

を提案することなど、現地のニーズを伝える。生産者は「味が変わることは輸出への不安だったが、逆に興味を持ってもらっているようでよかった」などと、手応えを感じていた。

県は最初の輸出を、6月下旬から7月上旬に予定する。担当者は「本年度の初輸出をきっかけに販路を開拓し、来年度以降の販売量拡大につなげたい」（ブランド戦略課）と意気込んでいる。

令和4年5月11日 日本農業新聞

# 具体的な取組み ～輸出検査①



①植物防疫所職員による目視確認



④再選果・手拭き



②次亜塩素酸ナトリウム浸漬



⑤こん包



③風乾



⑥植物検疫証明書発行

# 具体的な取組み ~輸出検査②

## 河内晩かん 欧州初輸出

県など需要創出へ100<sup>+</sup>。



欧州への初輸出に向けて出荷作業が進められる  
河内晩かん 7日午後、愛南町一本松

### 愛南で検査・梱包作業

県や愛南町、JAえひめ南が連携し、欧州での需要創出を目指す河内晩かんの初輸出に向けた輸出検査と梱包（こんぼう）作業が7日、愛南町一本松の一本松ふるさと生活館であり、関係者が丹精した黄金色の果実約100<sup>+</sup>を箱詰めした。近日中にドイツ、スイス、フランスの3カ国に空輸される。

県の果産かんきつ輸出推進事業の一環。欧州では高知県産ユズが高い人気を得て年間3億円を超える市場を築いており、後に続く商材として河内晩かんの販路

開拓に挑んでいる。7日は、欧州輸出の登録園地で収穫された河内晩かんが、同じく登録施設の本松ふるさと生活館に持ち込まれた。神戸植物防疫所松山出張所の職員が着色異常や奇形、害虫の有無を細かくチェック。合格した果実は、欧州連合（EU）が求める果皮表面の殺菌のため、次亜塩素酸に漬けられ、乾燥してから輸出用資材に入れられた。園地の管理を担当した南宇和管農センターの源良行さん（64）は「旬の終わりが近づく時期には、味も見栄えも良いものができた。向こうでどう評価してもらえるのか楽しみだ」と作業を見守った。県ブランド戦略課によると、今月末に県と町の職員が輸出先に出向き、現地で関係者にPRするほか、小売店のテスト販売や営業活動を進める予定。一來シーズン以降の本格的な輸出への足がかりにしたい」としている。（山本憲太郎）

- R4年7月に欧州輸出の登録園地で収穫された河内晩かんが検査・梱包
  - 植物防疫所の職員により、着色異常や害虫の有無を確認
  - EUの規定に応じた殺菌工程を経て輸出用資材に梱包
- 同月末に県と町の職員が輸出先に出向き、現地での関係者へのPRや小売でのテスト販売を実施

令和4年7月8日 愛媛新聞

# 具体的な取組み ~ 欧州でのテスト販売・PR



## 「河内晩柑」 欧州上陸

### 3カ国で販売「手応えあり」 愛媛県

愛媛県は、かんきつ「河内晩柑」の生果を欧州3カ国に初輸出した。7月下旬、現地の日本食スーパーで実施したテスト販売で関係職員らが「河内晩柑」を試食PRした。消費者に好評で「手応えを感じた」と言う。さらに、来年度以降の市場開拓、物流確保に向けて卸売業者にもPRした。

同県は「河内晩柑」の欧州市場への販路を開拓するために、愛媛町など関係機関と連携して残留農薬検査や市場調査、今年5月にはフランス人シェフのフレデリック・ジョノール氏を同町に招き、意見交換するなど輸出体制を構築した。

J A えひめ南が管理する輸出用園地で収穫した「河内晩柑」100kgをスイス、フランス、ドイツに初輸出した。7月末に現地日本食スーパーで行うテスト販売の感触を確かめるために、県ブランド戦略課職員や同町職員が渡欧。皮も実も丸ごと使えるというメリット、酸味、苦味、糖度のバランスが良い面白い食材であることなどPR。試食した消費者の関心は高く、1個750円程度で販売した「河内晩柑」は完売した。

また、同町を訪れたジョノール氏が「河内晩柑」を気に入り、これをきっかけにフランスの公益市場卸売業者との商談が実現した。県は数年かけて地道にブランド価値を高め、3カ国を重点に販売拡大を目指す考えだ。

ドイツ・デュッセルドルフの日本食スーパーで行った果実、果汁のテスト販売 (愛媛県提供)

令和4年8月23日 日本農業新聞

# 今後の方針

## ドイツ（デュッセルドルフなど）

- ドイツ最大級の日系小売店との生果実及び果汁の継続的な取引。
- 現地卸売業者とのつながりの構築。

## フランス（パリ）

- フランス人シェフの人脈を活用して、**高級レストラン等への販路を開拓**し、欧州市場での知名度向上及びブランド化を図る。
- **関係構築済みのランジス市場の卸売業者**との継続的な取引（果実）。
- 日系小売店等への販路の拡大。

## スイス（チューリッヒ、ジュネーブ）

- スイス最大級の日系小売店との生果実及び果汁の継続的な取引。
- **関係構築済みの卸売業者**との継続的な取引（果実・果汁）。
- 果実の**海上輸送試験**。

## 国内・その他

- フランス及びスイスの**現地卸業者**の招へい。
- 輸出園地の拡大、生産者の掘り起こし。
- 残留農薬試験、腐敗対策試験

ご清聴ありがとうございました

がんばるけん  
えひめけん



**「青果物輸出産地セミナーin関西」**

**地方市場からの青果物輸出拡大に向けて**

**株式会社米子青果**

**坪池 信治**

# 企業概要(株式会社米子青果)

鳥取県に位置する山陰地方最大の地方青果市場。山陰及び全国の青果物の他、輸入外国産の生鮮野菜や果物を取扱う。

顧客・消費者のニーズに応えるため全国から青果物を仕入れ販売



- 鳥取県米子市にある民営の地方卸売市場。山陰地方のものだけでなく、全国の青果物を取扱う
  - 輸入商社からの青果物の取扱い。また、県外の生産団体、卸売市場から青果物を仕入れ販売やこれら青果物の転送販売等も行う。
- 地域の食文化を絶やさないため、干し芋や奈良漬け、お餅等の加工品の製造・販売やグループ会社では加工野菜の製造・販売も手掛けている。

# 輸出の経緯

## 人口減少による国内の需要の低下や、市場法の改正による流通構造の変化に対応すべく、新たな販路として輸出開始

生産者向け研修や産地訪問等を積極的に行う



- 少子化・人口減少による国内需要低下、また農業人口減少は深刻であり、海外販路開拓によりこれら直面する事業リスクを解決する

- 産地に輸出向けの品目(引き合いのあるメロンやいちご等)の栽培を増やしてもらう事で、生産者や特産品減少の抑制

- 2020年6月「新卸売市場法」が施行、産地→販売先までの取引構造が今後崩れる事を想定し、自ら営業力を付け、あらたな販路を国内外で開拓する必要がある

**海外への販路開拓が輸出産地形成に繋がり、生産者減少食い止めに**

# 輸出実績

品目



国・  
チャネル

- 一次産品：梨・柿・メロン・イチゴ・ぶどう・柑橘・りんご・白ネギ等一般野菜
- →地物をメインに他県産品含めて集荷
- 青果加工品：干し芋、奈良漬け



## 仕向け地

・香港・台湾・シンガポール・タイ・マレーシア・フィリピン・北欧

台湾：イチゴ、柿

香港：イチゴ、梨、ぶどう、メロン、りんご、一般野菜

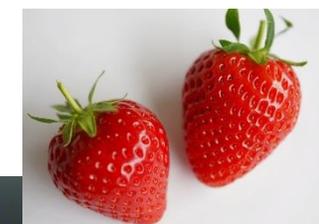
SGP：イチゴ、梨、メロン

タイ：梨・柿・ぶどう・柑橘

## 取引先

日系輸出商社、日本法人現地輸入事業者、日系流通会社、  
現地輸入事業者（卸業者、流通事業者）

間接貿易：80% / 直接貿易20%



# 輸出拡大のポイント(1/2)

GFP商談会・交流会通じて出口をしっかりと作った上で、現地にニーズが高い、メロン・いちごの輸出産地形成を進める。

- 今後は、**出口戦略をもった事業者が生き残る**
  - 強い販路を作ることで、輸出産地の形成に繋がり生産者の減少も食止められる
- 出口を作るための情報収集⇒**GFP・JETRO・行政**
  - 商談会だけでなく懇親会も積極参加。青果関連以外の事業者から**有用なアドバイス・連携を頂ける場合も**
- 鳥取県はかつて**メロン**の大きな生産地だったが今は衰退。輸出により生産量を増やしてもらい、また新しい品目を作ってもらい、産地を守る事に繋がっている
- **鳥取・島根のいちご**についても輸出により生産量を増やしてもらい、また新しい品目を作ってもらい、産地を守る事に繋がっている



# 輸出拡大のポイント(2/2)

規制の厳しいタイに後発でも取引先開拓余地ありと見込み商談を続ける中で、現地のニーズに応える産品供給で活路を見出す

輸出後発事業者であるため香港・SGは入る隙がない⇒**まず狙ったのはタイ**

- 植物防疫規制が厳しく、EPA等書類も複雑。諦める事業者も多い中、隙間があると見込んだ
- 直接貿易でチャレンジ：商談会を通してタイのバイヤーと数十社と商談する中で、高ニーズなもの(=タイでの不足品目)が掴めた⇒**みかん・柑橘・柿・梨**
- 産地の出荷団体と品目の供給、またタイ輸出のための園地・選果場登録を根気強く交渉。
- 現地販売先の開拓
  - (1) パートナー(タイ⇒日本への輸入業者)を開拓し共同事業で輸出に取り組む。
  - (2) 商談で開拓した流通・卸会社と直接取引



# 輸出拡大のポイント(3/3)

多くの同業者の中からお客様に選ばれる会社になるため、商談の際に取り組んでいること。

- 単に「これがほしい」「興味がある」と言われて見積をつくったり、その商品を提案することはない。  
米子青果の場合以下の産品を切り込みを掛ける商品としている。
  - ①東京や大阪の中央卸売市場では手に入りにくい鳥取県産の青果物
  - ②鳥取県産で物量を確保できる青果物。
- 差別化できる商品で先ず取引の窓口を開き、一定の取引を行い信頼関係を作ったうえで、お客様から希望がある商品の見積や紹介をするようにしている。
- 現地のニーズに合った商品や価格設定が出来るよう包装資材、物流コストの工夫、また場合により栽培方法の工夫についても産地と相談し、徹底的にお客様の要望に沿えるよう努力をする。
- オンライン商談は今や当たり前になり便利ではあるが、**お客様を訪問して直接商談をすることも大切**にしている。  
また、商談規模によりお客様を産地や会社に招聘することも有効。

# 市場元卸からの輸出メリット(モノが集まるのが市場)

多品目・  
安定供給



- ・ 必要な時に物量を安定供給できることが市場の最大の強み。海外も、国内と同様に欠品なく欲しい時に商品を供給可能
  - 特に地元の産品は地場の生産者や出荷組合と長年パートナーシップを築いているため量の確保に強みがある

品質維持・  
低価格



- ・ 輸出におけるロスをなくすには鮮度が重要。選果や収穫日の集荷し、当日出航地に向けて出荷できるため品質維持に貢献。
- ・ 地元の産品は仲卸から買うより価格は有利、他県産でも転送流通品の場合産地で買うより低価格の場合がある。

手間削減

多品種提案

- ・ バイヤーからすると、一つの取引先(市場)から様々なものを買う事ができる(海外輸入業者との直接取引ではさらにバイヤーがメリットを感じる)
  - バイヤーが直接産地から買う事が理想的だが、品目ごとに生産者とやりとりする場合、手間が多く発生する
  - 産地に直接コンタクトをする事が難しい場合も多い
  - これまで全農やJAと関係のなかった輸出事業者が直接交渉して輸出に取組もうとしても、全農・JAから協力を得られないことがある。
  - あらゆる青果物の提案が可能

# 今後の構想

連携先拡大

×

新規輸出品目拡大

- ・ 海外ニーズに応えるには、**山陰の品目のみではなく他県品目**を荷引きする必要あり
    - 産地連携：山梨、岡山、和歌山、三重、愛知の生産組合、出荷団体
  - ・ 海外バイヤーに選ばれる輸出事業者となるためには、**既存の取引先と差別化したアプローチ**が必要
    - 市場連携で実現できる取組み進行中
- 
- ・ **鳥取の新品種梨を、タイ向けに輸出**
    - 国内でも人気の新品種を、全農・JAや生産者と慎重に交渉し輸出を実現
    - 昨シーズンは3品種100ケースずつの輸出だが全部売り切っている
  - ・ **台湾向けに果物・野菜を輸出**
    - JAや生産者と慎重に協議し農薬試験をクリアする青果物を栽培してもらい輸出
    - いちご、白ネギを輸出
  - ・ **加工品の輸出**
    - 水産、調理食品会社と連携



みかんの  
みっちゃん農園

# アジェンダ

---

1. 自己紹介
2. 和歌山みかん農家の課題
3. 単価施策とSNS戦略
4. 「輸出」に挑戦。  
和歌山ブランドスタジオ設立に向けて
5. 最後に

# 1

**自己紹介**

**みかんのみっちゃん農園とは？**



みかんのみっちゃん農園  
6代目園主 小澤光範



# みかんを通じて 『笑顔.幸せ.感謝.未来』を創造する農園へ



有田川町

## 生産状況

生産種類

柑橘類60種類

年間生産量

180t

## SNS

Instagram

1.96万

Facebook

6,100

Twitter

 3,100

LINE New!

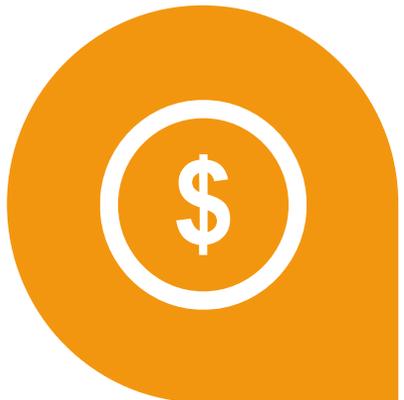
 1,200

# 2

## 和歌山県における農産物の課題

# 和歌山県における農産業の課題

① 資金確保



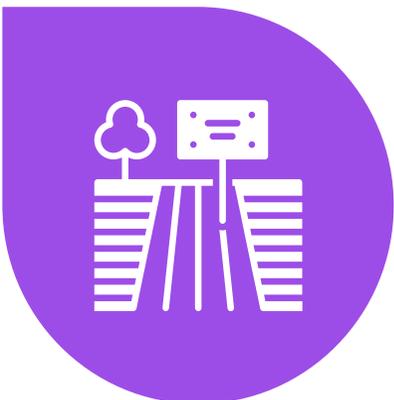
② 販路確保



③ 技術・知識・人材不足



④ 農地確保 / 耕作放棄地



# 3

## 単価施策とSNS戦略

# SNSを通じて「販売チャネル」「農業人口」に貢献

生産工程・旬な柑橘を発信



援農者の醸成



直接購入する  
コアファンの醸成



- ◆ イベントへの参加や企画、SNSを活用し、農家のこだわりや苦勞を発信。  
これまでに**援農者100人以上・直販購入者10,000人以上**を創出

## メディア出演 コラボ商品開発を積極実施

メディア出演30回以上  
合計100回以上のコラボ商品を製作

SNSだけではなく  
積極的に横のつながりを作ること  
知る機会と販売単価向上に挑戦！



「タダで野菜果物をゲット。  
ただならぬワケを調査」  
全国テレビのあさちゃん



「みかんの妖精？」  
全国放送 珍百景  
テレビ朝日にて



全国高級生食パン  
乃が美



愛知  
LOOP&loop



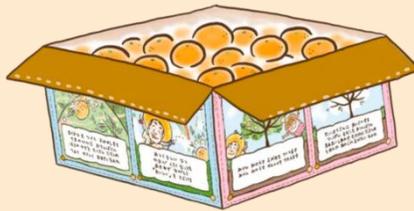
大阪豊中  
ローフベーカーリー



兵庫  
テタンレール

# クラウドファンディングで「販売単価」の向上に挑戦

## みかん箱を「食育グッズ」として再利用するみかん絵本箱を作成



クラウドファンディング1876%  
約375万円の購入金額を達成。



NHK和歌山で特集  
月刊農林リサーチ掲載

# 4

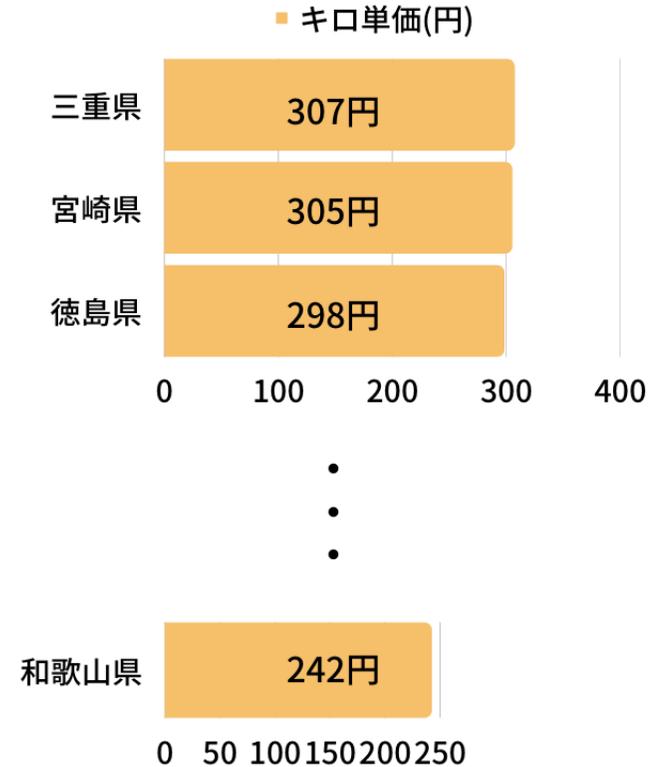
**次なる挑戦は「輸出」**

**和歌山ブランドスタジオ設立に向けて**

## 和歌山県みかんの生産量 全国 1 位

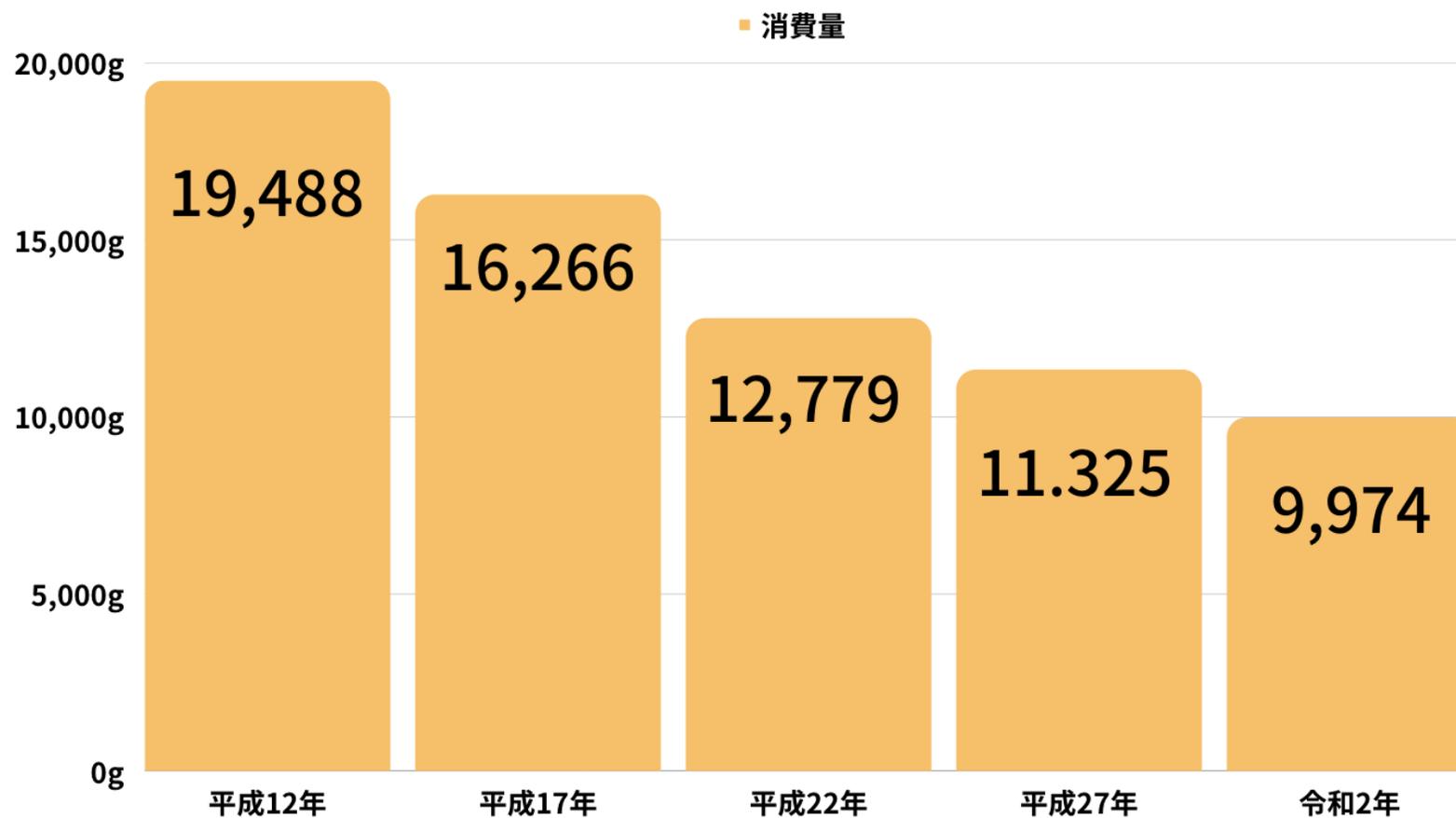


## 和歌山県のみかんキロ単価 全国 9 位



\*参考：農林水産省【近畿農政局 令和2年産みかんの結果樹面積、収穫量及び出荷量】より

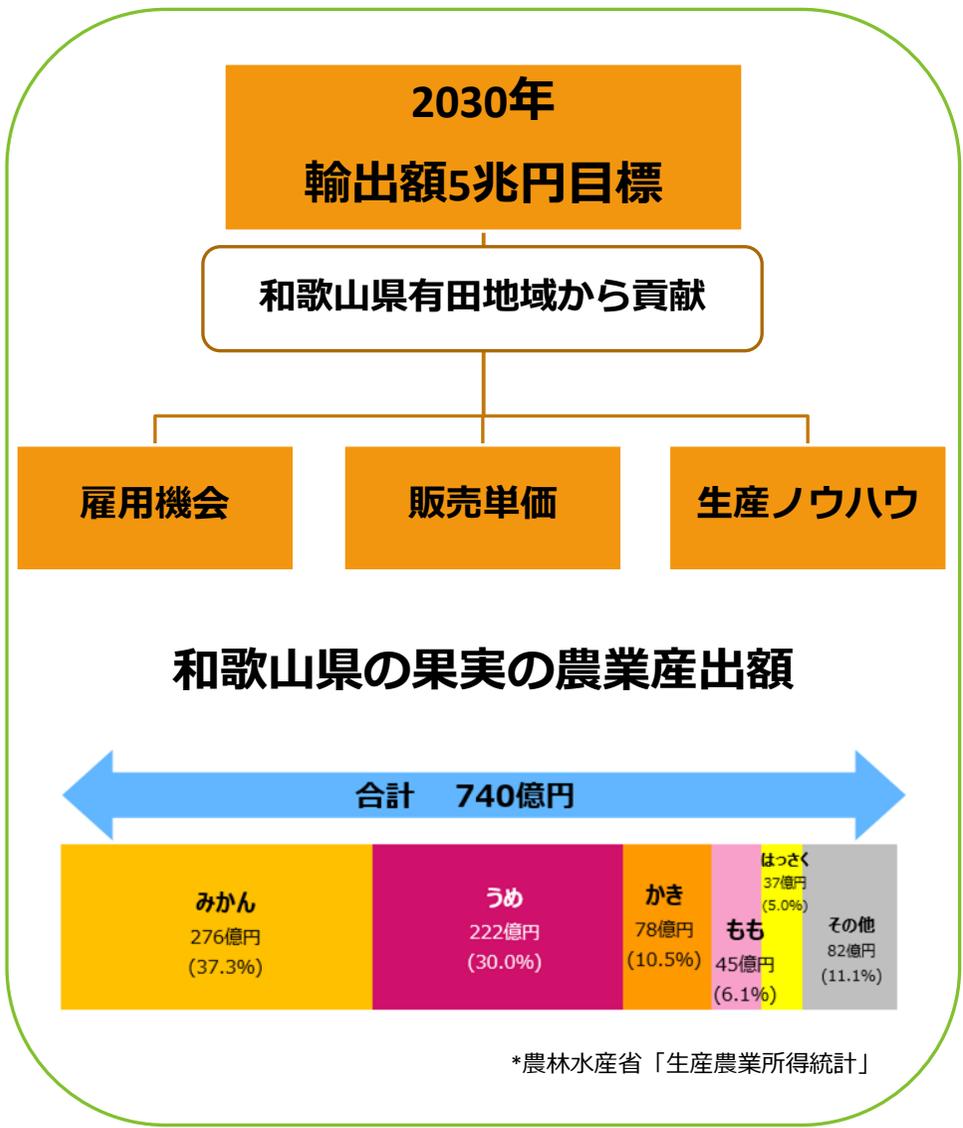
**大量生産低単価で農家の利益獲得が困難**



\*参考：総務省【家計調査】より

**国内の1世帯あたり消費量は20年で半分に減少**

# 生産量17年連続一位の「みかん」から 輸出額5兆円目標に貢献



2023年度より、  
シンガポール・香港にて輸出事業スタート！

今後もさらなる輸出連携を推進予定

# 地元和歌山で若手生産者と共に、持続可能な雇用機会の創出に挑戦

効率化とこだわりを切り分け生産品質の向上に注力。  
和歌山の生産者を巻き込み全体の底上げに挑戦

ドローンで防除作業を効率化



ドローン運営メンバー



# 輸出に特化したブランドスタジオ（民間選果・出荷場）を設立し、 和歌山県のみかん輸出をリードしたい！



## 輸出特化型民間選果・出荷場のメリット

- 1 生産者の作業工数削減（省力化）、利益向上**  
耕作面積の拡大が可能！  
生産、特に品質の向上に時間を割ける
- 2 生産～流通/輸出における統一基準を策定可能**  
生産内容、包装資材、規格/品質を統一化し  
輸出や作物のPR販売が容易になる
- 3 雇用創出で地域住民の活躍**  
農作業以外の業務が作られ、  
地域での雇用機会を創出



# 5

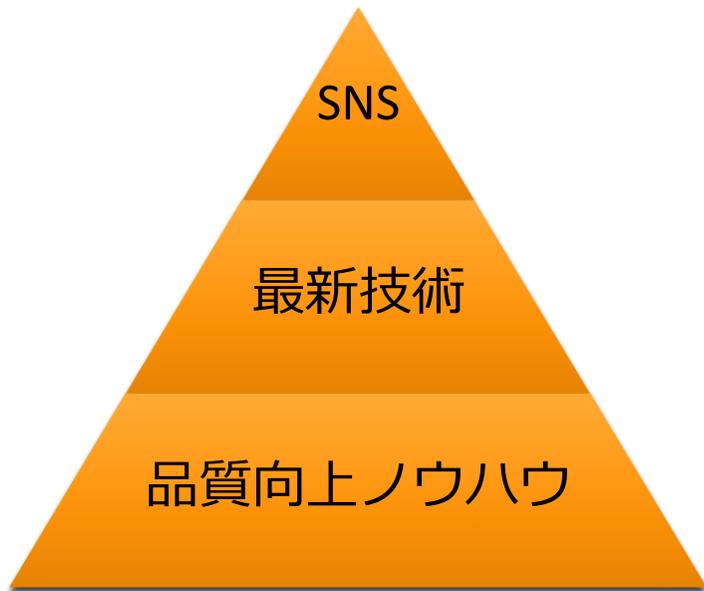
**最後に**

# 今後の展望

自己ブランドを作り上げ、若手農家とタッグを組み  
1億人の国内から、100億人の世界を相手にする和歌山県の農家に



## 農園ブランド力向上



## 輸出の挑戦 若手農家の連携





みかんの  
みっちゃん農園

ご清聴ありがとうございました