

農林水産物・食品の輸出取組事例

1. 十勝川西長いも運営協議会（北海道）【ながいも、ゆり根 等】・・・ 1
2. よつ葉乳業（株）（北海道）【ソフトクリーム原料】・・・ 2
3. （有）柏崎青果（青森県）【黒にんにく】・・・ 3
4. 鈴廣かまぼこ（株）（神奈川県）【かまぼこ】・・・ 4
5. （株）新潟農商【コメ】・・・ 5
6. 関谷醸造（株）（愛知県）【日本酒】・・・ 6
7. 関西・食・輸出推進事業協同組合【牛肉、水産物、青果物、加工食品】・・・ 7
8. （株）^{うりもり}瓜守材木店（愛媛県）【木材】・・・ 8
9. 福岡農産物通商（株）【りんご、もも、いちご、ぶどう 等】・・・ 9
10. ^{あずまちょう}東町漁業協同組合（鹿児島県）【ぶり】・・・ 10
11. （公社）鹿児島県茶業会議所【緑茶】・・・ 11
12. （株）沖縄県物産公社【農林水産物、加工食品】・・・ 12

青果物



北海道 十勝川西長いも運営協議会 『長いもを台湾、アメリカ等へ』

【主な品目】

ながいも、ゆり根等

【主な輸出先国・地域】

米国等

【輸出取組の概要】

- ◆地域8農協で広域産地を形成し、年間安定供給体制を構築。
- ◆HACCP認証(選果場)を取得し、更なる「安全・安心」を訴求。

| 【輸出実績】 | 輸出額(千円) | 輸出量(t) |
|-------------|---------|--------|
| 平成26年度産(概算) | 880,000 | 2,600 |
| 平成25年度産 | 613,504 | 1,696 |

【取組の効果】

輸出による太物の大口需要先を確保したことで、豊作年の国内価格の下落を抑止することができ、販売の安定化に寄与。また、同協議会参加農協が生産するゆり根やつくねいも等を、定期の長いも輸送用コンテナに混載することで、物流コストを抑えた小ロット輸出を実現。

【今後の展望】

十勝川西長いもの販売ルートを基軸に、海外で物産展を開催し、十勝地域の農畜産物等の新たな販路開拓を目指す。



【ウェブサイト】<http://www.jaobihirokawanisi.jp/>

【事業者の連絡先】tel.0155-59-2241



北海道 よつ葉乳業(株)

『ソフトクリーム原料(ソフトミックス)を台湾へ輸出』

【主な品目】

ソフトクリーム原料

【主な輸出先国・地域】

台湾

【輸出取組の概要】

- ◆ よつ葉乳業(株)では平成25年10月から、十勝産乳原料を100%使用したソフトクリーム原料「よつ葉北海道十勝ソフトミックス」を台湾へ輸出開始。
- ◆ 台湾セブンイレブンにおいて販売されているソフトクリームの原料として使用されている。
- ◆ ソフトミックスの輸出目的は、北海道産生乳の新規需要の創出。

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | |
|--------|---------|---------|
| 平成26年度 | 640,000 | 前年度比約2倍 |

【取組のポイント】

- 北海道のおいしさをより身近に手軽に楽しんでいただくことで、台湾において北海道ブランドの魅力を発信する。
- バニラだけではなく、チョコレート、夕張メロンソフトミックスも販売。(夕張メロンは7月中旬～9月上旬までの期間限定販売)。



よつ葉北海道十勝ソフトミックス

【取組の効果】

- ソフトクリームの販売店舗数は、台湾全土において約1,000店舗にまで拡大(平成26年8月末現在)。



ソフトクリーム販売店舗

【今後の展望】

- 安定供給体制強化のため、十勝主管工場(北海道河東郡音更町)にソフトミックス製造設備を増設予定。

【ウェブサイト】 <http://www.yotsuba.co.jp/>



青森県 (有) 柏崎青果 『黒にんにくを米国、欧州、アジアへ』

【主な品目】

黒にんにく

【主な輸出先国・地域】

米国、香港、EU、ベトナム、マレーシア、シンガポール、インド

【輸出取組の概要】

- ◆6次産業企業で黒にんにくを主体とした輸出に取り組む。各国の展示会・商談会等に継続して参加し成約率を高めている。さらに、自主的に協議会を設立し、米国の小売店にてフェアを行うなど、団体での輸出活動にも取り組んでいる。
- ◆平成27年7月には「青森の黒にんにく」が地域団体商標として登録されるなど、国内においても青森県産黒にんにくブランド化の確立・競争力強化を推進。

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 輸出量(kg) | 出荷時期 |
|--------|---------|---------|-------|
| 平成26年度 | 22,884 | 7,316 | 1～12月 |
| 平成25年度 | 19,800 | 6,455 | |

【取り組む際に生じた課題】

- ・既に安価な他国産商品が流通している
- ・継続的取引を行うにあたりかかる輸送コスト
- ・各国の小売店にて物産展に参加するも、単発イベントで終わってしまい、継続的な取引につながらない

【生じた課題への対応方法】

- ・安価な韓国産や中国産の同様の製品との違いを何度も説明・PR
- ・輸送方法を工夫し、コストダウンを図る
- ・お客様に商品のファンになってもらい、お客様からの声(メールなど)を現地小売店に直接届けることで小売店にPR

【取組の効果】

- ・数度に渡る同国、店舗での店頭試食販売の実施により、小売店やより多くのお客様の商品に対する理解を深め、商品、ブランドを定着させつつある。
- ・米国大手チェーン店へのプライベートブランドとして継続的に発注を受けている。

【今後の展望】

- ・黒にんにくを主体とし、扱いやすく食品添加物を使用しない他の農産加工品の開発に努めていく。
- ・通常棚に入った店には継続したプロモーションやその協賛を行い、商品を根付かせる活動を行っていく。



現地スーパーでの試食販売中の様子



世界中に広がる黒にんにく

【活用した施策・支援】平成26年度農林水産物・食品分野出展海外見本市 Speciality & Fine food Fair 2014、Seafood Expo North America 2015、Shirha 2015ジャパンパビリオンへ出展

【ウェブサイト】 <http://www.aomori96229.jp/>

【連絡先】 担当者名：柏崎進一、TEL:tel.0178-56-5030

水産物



神奈川県 鈴廣かまぼこ(株) 『かまぼこを世界へ』

【主な品目】

水産練り製品

【主な輸出先国・地域】

アジア圏、米国、他

【輸出取組の概要】

- ◆アジア圏中心に輸出取組み
- ◆平成27年3月にEU向けHACCPを取得(水産庁による第1号認定)

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 出荷時期 |
|--------|---------|------|
| 平成27年度 | 2,951 | 1回/年 |
| 平成26年度 | 3,000 | |



現地スーパー催事出店の様子

【取り組む際に生じた課題】

- ・輸出を行うにあたっての提案先や現地マーケットに関する情報の不足。
- ・輸出に関するノウハウの欠如。

【生じた課題への対応方法】

- ・ジェトロ主催の商談会やミラノでのジャパンサローネへ参加し、海外バイヤーとの接点や現地のマーケット情報を獲得。
- ・ジェトロ主催のセミナーに参加し、輸出に関するノウハウを習得。

【取組の効果】

- ・輸出ノウハウの獲得により、アジア圏を中心に販路が拡大した。
- ・輸出に関する情報収集ルートを確認できた。

【今後の展望】

- ・アジア圏を中心に販路をさらに拡大する。
- ・EU向けHACCPを取得したことで、EU圏や北米への輸出を目指す。

【活用した施策・支援】 ロンドンでの日本産水産物PRセミナー

【ウェブサイト】 <http://www.kamaboko.com/>

【連絡先】 担当者名: 吉津隆博、TEL:0465-33-8029



ロンドンでの日本産水産物PRセミナー参加



ミラノでのジャパンサローネ参加



新潟県（株）新潟農商

『米をモンゴル、シンガポール、香港等へ』

【主な品目】

米

【主な輸出先国・地域】

モンゴル、シンガポール、香港等

【輸出取組の概要】

- ◆平成25年にモンゴルに合弁企業を設立。新潟県産米を玄米のまま輸出し、現地で精米し、スーパーマーケットや日本食レストランに販売。
- ◆シンガポール、香港向けにも玄米輸出、現地精米に取り組む。

【輸出実績】

| | 輸出量(t) | 出荷時期 |
|--------|--------|------|
| 平成26年度 | 69 | 通年 |
| 平成25年度 | 68 | |

【取り組む際に生じた課題】

- ・長期輸送・現地販売に耐える品質の確保
- ・モンゴルでの販売体制の構築
- ・モンゴルでの日本産米・新潟県産米の認知度不足



現地スーパーでの試食販売

【生じた課題への対応方法】

- ・現地合弁企業を設立し、農家との出荷契約から輸出、現地精米・販売までをグループ会社で実施し物流・商流をシンプル化
- ・玄米輸出、現地精米により、日本と同等の品質の新潟県産米を販売
- ・定期的な試食販売やテレビCM等のプロモーション活動の実施



テレビCM画像

【取組の効果】

- ・新潟県産米の新たな輸出先としてモンゴルへの販路を開拓

【今後の展望】

- ・現地プロモーションをさらに強化し、富裕層への浸透、日本食レストラン等への販路拡大を目指す。

【ウェブサイト】 <http://www.niigata-nosho.com/>

【連絡先】 TEL:025-284-1117



愛知県 関谷醸造(株)

『日本酒を韓国、アメリカ、香港等へ』

【主な品目】

日本酒

【主な輸出先国・地域】

韓国、アメリカ、香港、イギリス、
オーストラリア、中国

【輸出取組の概要】

- ◆2005年(平成17年)より日本酒を韓国、米国に輸出開始
- ◆酒造組合等のイベントに出展し、輸出先国を拡大

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 輸出量(KL) | 出荷時期 |
|--------|---------|---------|------|
| 平成26年度 | 41,509 | 32.9 | 通年 |
| 平成25年度 | 31,747 | 25.7 | |

【取り組む際に生じた課題】

- ・主に商社等を介する間取引のため、輸出先現地の状況の把握が困難
- ・その時々輸出先国との国交状況により取引量が大きく変動
- ・輸出に関する情報と知識の不足

【生じた課題への対応方法】

- ・愛知県等主催の輸出実務講座に参加
- ・酒造組合主催の海外イベント・商談会等に参加して直接取引を増加

【取組の効果】

- ・新たな輸入業者との取引で販路開拓、輸出量増大
- ・直接取引により、有利な取引条件での商談が可能
- ・知名度やブランド価値の向上により、社員の勤労意欲向上

【今後の展望】

- ・取引のなかった国にも販路拡大
- ・2020年(平成32年)度までに、5,000万円の売り上げを目指す

【ウェブサイト】 <http://www.houraisen.co.jp/>

【連絡先】 担当者名:原田 昌彦(総務部)、TEL:0536-62-0505



「夜半の月」500ml
米国・韓国向け商品



韓国向け輸出専用商品ラベル

牛肉



大阪府 関西・食・輸出推進事業協同組合 『牛肉、水産物、青果物、加工食品を世界へ』

【主な品目】

牛肉、水産物、青果物、加工食品

【主な輸出先国・地域】

タイ、マレーシア、シンガポール、UAE

【輸出取組の概要】

- ◆輸出に取り組む中小事業者による輸出組合を設立し、多品目混載輸送によるコスト低減、品揃えを活かした商品提案を実施。
- ◆海外での商談会、物産展等の開催。
- ◆煩雑な輸出手続きを一元的に請負。

【輸出実績】

・平成25年11月～平成26年7月の月間平均売上は約300万円だったのに対し、平成26年8月～平成27年7月までの月間平均売上は約580万円と、2倍近い成果を上げている。

【取り組む際に生じた課題】

- ・商品構成の更なる充実のための組合員の拡大。
- ・現在商流がある国での更なる販路拡大。

【生じた課題への対応方法】

- ・関係機関と連携して開催した輸出セミナー等の中で輸出に関心のある事業者に対し組合のメリットをPR。
- ・現在取引のあるインポーターと連携し、その取引先であるディストリビューターやホテル、レストラン関係者向け試食商談会等を実施。

【取組の効果】

- ・組合員数が設立時の4社から2年間で61社までに増加。
- ・海外取引先のインポーターが当初2社から現在6社に増加。

【今後の展望】

- ・インドネシアへの輸出に向けた輸出環境の整備
- ・海外百貨店と連携した通信販売事業の推進
- ・国内外での常設店舗の設置
- ・販路拡大の営業ツールとしてインターネットカタログを導入。



現地ホテル、レストラン向け商談会の様子



現地百貨店における物産展を実施

【活用した施策・支援】 平成27年度輸出に取り組む事業者向け対策事業

【ウェブサイト】 <http://japan-foods.jp/>

【連絡先】 TEL:06-4708-7084

林産物



愛媛県 (株)瓜守材木店 『愛媛県産材を中国、韓国へ』

【主な品目】

桧・杉の製材

【主な輸出先国・地域】

中国・韓国・台湾



【輸出取組の概要】

- ◆愛媛県のトライアル輸出支援事業を活用し、中国や韓国へ愛媛県産材を直接安定的に輸出できる体制を構築。
- ◆愛媛県の認知度向上とブランドイメージづくりを図る「地域メーカー」としての役割を果たすため、海外での継続的な販路開拓活動に積極的に取り組んでいる。

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 輸出量(m ³) | 出荷時期 |
|--------|---------|----------------------|------|
| 平成26年度 | 140,000 | 4,100 | 4～3月 |
| 平成25年度 | 30,000 | 1,150 | |



桧製材品グリーンラフ材

【取り組む際に生じた課題】

- ・貿易実務に関する知識の不足
- ・輸出への対応(言葉の壁、商習慣の壁、距離の壁)

【生じた課題への対応方法】

- ・JETRO愛媛が主催する貿易実務講座を受講。
- ・大連に事務所を開設、駐在員が現場対応。
- ・木材企業にて就業経験のある中国人材を1名雇用。
- ・桧の需要が高まる韓国で開催されたキョンヒャン・ハウジングフェア2015 ジャパン・パビリオンに出展し、韓国での販路を拡大。

【取組の効果】

- ・通年供給体制の確立により、販路を拡大。
- ・輸出品の知名度やブランドとしての価値向上や国内での評価向上。



キョンヒャン・ハウジングフェア
2015ジャパン・パビリオン出展
の様子

【今後の展望】

- ・県内企業による現地ニーズに合致した商品開発への取り組み

【活用した施策・支援】 平成25-26年度愛媛県トライアル輸出支援事業、キョンヒャン・ハウジングフェア2015ジャパン・パビリオンにて出展

【ウェブサイト】 <http://www.urimori.net>

【連絡先】 担当者名: 實田、TEL: 0897-46-2222

青果物



福岡県 福岡農産物通商(株)

『いちご、りんご等を香港、台湾、タイ等へ』

【主な品目】

りんご、もも、いちご、ぶどう等

【主な輸出先国・地域】

香港、台湾、タイ、シンガポール等

【輸出取組の概要】

◆香港、台湾、タイ、シンガポールにおいて、日本の各産地と連携し、現地の百貨店等で日本産果実を販売する常設の棚を設置。また、各産地と協力し、オールジャパンとして日本産果実をポップやポスター等を用いてPR及び販売を実施。

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 輸出量(t) | 出荷時期 |
|--------|---------|--------|------|
| 平成26年度 | 469,557 | 905 | 通年 |
| 平成25年度 | 339,472 | 655 | |

【取り組む際に生じた課題】

- ・産地間における連携不足。
- ・「産地の要望・希望」や「産地の持つ商品、特徴に関する」情報不足。
- ・「現地消費者ニーズ」の情報不足。

【生じた課題への対応方法】

- ・産地が連携したフェアの開催や輸送の可能性を検討。
- ・各産地が集まったの会議を開催し、要望・希望等を収集
- ・アンケート等により「現地消費者ニーズ」に関する情報を収集

【取組の効果】

- ・産地間連携による協力体制の確立により、海外市場における「日本産果実」の常設の売り場を構築。
- ・ジャパブランドとして現地消費者に対するPR活動を実施。

【今後の展望】

- ・産地が連携したフェアや輸送の定番化を図り、連携規模の拡大を目指す。
- ・輸出方針を他国へ展開し、新たな市場の開拓に取り組む。

【活用した施策・支援】 平成26年度輸出に取り組む事業者向け対策事業

【ウェブサイト】 <http://www.fukuoka-apt.com/>

【連絡先】 担当者名: 中土、保坂 TEL: 092-715-7877



香港における常設棚



台湾における常設棚



タイにおける常設棚



シンガポールにおける常設棚

水産物



鹿児島県 東町漁業協同組合 『養殖ブリを米国、アジア諸国、EUへ』

【主な品目】

養殖ブリ

【主な輸出先国・地域】

米国、EU、香港、台湾

【輸出取組の概要】

- ◆養殖ブリのラウンドやフィレを、和食レストラン等の寿司ネタ、刺身商材として輸出。身質だけでなく、安全性、鮮度保持性、おいしさ、栄養性など総合的に良質なものを提供

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 輸出量(t) | 出荷時期 |
|--------|-----------|--------|------|
| 平成26年度 | 1,650,000 | 1,094 | 周年出荷 |
| 平成25年度 | 1,300,000 | 803 | |

【取り組む際に生じた課題】

- ・輸出に関する情報不足
- ・衛生証明書の申請、取得
- ・夏場の魚の身質説明

【生じた課題への対応方法】

- ・展示会出展によるPR
- ・平成17年にオリジナル飼料を開発。稚魚から出荷まで一貫生産を行い、種苗・生簀・餌・病気の管理等、品質管理の徹底

【取組の効果】

- ・平成10年加工場HACCP認証、平成15年対EU水産物輸出施設認定、平成17年対中国輸出水産食品取扱施設認定、平成19年対ロシア輸出水産食品取扱施設。
- ・国内外向け加工品について徹底した衛生管理を行っており、その結果、信頼を得ている

【今後の展望】

- ・未輸出国の情報を入手し、輸出に向けた体制作りを行う。
- ・安心・安全な「鱒王」ブランドを世界へ発信し、平成31年までに年間50万尾輸出を目指す。



一貫生産した早生ぶり



展示会出展によるPR活動の実施

【ウェブサイト】 <http://www.azuma.or.jp/>

【連絡先】 東町漁業協同組合 第二事業部 加工共販課 TEL:0996-86-1188

茶



鹿児島県 公益社団法人鹿児島県茶業会議所 『日本茶を米国等へ』

【主な品目】

緑茶

【主な輸出先国・地域】

米国

【輸出取組の概要】

- ◆輸出対策実施本部の設置(輸出対策の企画立案)
- ◆輸出対応力の強化(商談会、市場調査、セミナー、試飲宣伝、コンサルタントの設置)
- ◆輸出生産力の強化(輸出仕向け緑茶の生産・流通の県内システム化の推進、実証圃の設置)

【輸出実績】

(注1)事業年度は、7月～6月

(注2)平成26年度実績の括弧内は、アメリカへの輸出実績

| | 輸出額(千円) | 輸出量(t) | 出荷時期 |
|--------|-----------------|--------|------|
| 平成26年度 | 122,000(61,000) | 71(49) | 6～8月 |
| 平成25年度 | 56,000 | 20 | |

【取り組む際に生じた課題】

- ・輸出相手国に関する情報の不足(食品安全基準、国内制度)
- ・輸出に必要な認証(GLOBAL G. A. P、ハラール、HACCPなど)
- ・輸出相手国のニーズに応じた生産体制の構築



商談会 かがしま茶の統一イメージで出店

【生じた課題への対応方法】

- ・食品安全基準(残留農薬基準)に基づく原料生産要領の作成・普及及び生産確保
- ・国内外の商談会、セミナー参加による販路の拡大
- ・コンサルタントを活用した輸出商談の支援



市場調査 茶の多様な製品に驚く

【取組の効果】

- ・生産農家の輸出対応力(輸出仕向け茶の生産意欲・体制)が向上
- ・茶商の輸出対抗力(商品開発、輸出量の確保、市場情報の収集)が向上
- ・県内輸出サプライチェーンのシステム化が進展

【今後の展望】

- ・輸出相手国のニーズに合致した多様な商品開発を進める
- ・輸出相手国のニーズへの迅速な対応のための現地在庫の確保

【活用した施策】 平成26年度輸出に取り組む事業者向け対策事業

【ウェブサイト】 <http://www.ocha-kagoshima.jp/>

【連絡先】 担当者名:永峯更一 TEL:099-267-6063

その他



沖縄県 (株) 沖縄県物産公社

『全国の農林水産物・加工食品をアジアへ』

【主な品目】

農林水産物、加工食品

【主な輸出先国・地域】

香港、台湾、シンガポール、タイ、マレーシア など

【輸出取組の概要】

- ◆ 沖縄の国際物流ハブ機能を活用し、ディストリビューターとして沖縄県内外の農林水産物等をアジアに輸出。
- ◆ 小ロット・試験的な輸出に対応し、中小企業において課題となっている代金決済等を県物産公社が担うサービスを本格展開。中小企業による海外販路開拓をサポート。

【輸出実績】

| | 輸出額(千円) | 輸出量(t) | 出荷時期 |
|--------|---------|--------|------|
| 平成26年度 | 230,000 | — | 通年 |
| 平成25年度 | 227,000 | — | |



沖縄国際物流ハブの活用により農林水産物を新鮮な状態で輸出

【取り組む際に生じた課題】

- ・輸出先国の現地ニーズの収集。
- ・従来のような県産品のみでの取扱いでは、安定した物量が確保できない。
- ・中小企業等からの小ロット・試験的な輸出に対応するサービスの要望。

【生じた課題への対応方法】

- ・沖縄の国際物流ハブ機能を活用してアジアで宅急便事業を展開するヤマト運輸等と連携し、現地ドライバーからの生のニーズ情報を吸い上げ。
- ・愛媛県など地方自治体とも連携し、国内産地において相談会や商談会を実施。
- ・小ロット・試験的な輸出に対応し、多くの中小企業において課題となっている代金回収・決済等を県物産公社が担うサービスを平成27年4月から本格的に開始。
- ・BtoCの取組として、香港国内のショッピングサイトにおいて全国各地の農林水産物等を販売。

【取組の効果】

- ・輸出ノウハウのない中小企業や生産者の参入障壁を低くすることに貢献。
- ・いちご、梨、桃、ぶどう、りんごなど全国各地の果物等の取扱いを拡大。

【今後の展望】

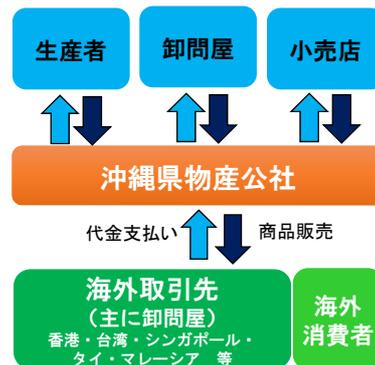
- ・マーケティング、プロモーション、販売、物流がセットになった一気通貫型のプラットフォームを構築し、中小企業等による海外販路開拓のチャンスを広げる。
- ・生産者との連携強化による全国特産品のコラボレーションや産地リレー等、海外バイヤーにとって魅力的な商品の開発。

【活用した施策・支援】 なし

【ウェブサイト】 <http://www.washita.co.jp/info/>

【連絡先】 担当者名：金城、TEL：098-859-6456

(商流の流れ)



静岡県・静岡経済連と連携して紅ほっぺを香港へ輸出