

農林水産物・食品の輸出に関する取組について

2016年2月
経済産業省

1. 農林水産物・食品の輸出に関するこれまでの主な施策

情報収集

■ 海外市場調査／市場情報提供／海外展開相談 (JETRO)

- 国内45カ所の相談窓口
- 年間約1万件の相談

■ 海外展開戦略策定支援 (中小機構)

生産／商品開発

■ 農商工連携による商品開発・販路開拓

- 673計画を認定して支援(平成20年～)
- 約80%が事業化に成功

■ 地域資源を活用した商品開発・販路開拓

- 1396計画を認定して支援(平成19年～)
- 約80%が事業化に成功

■ JAPANブランドの育成・強化

- 約400件支援(平成16年～)

■ 展示会等による商談機会の提供 (JETRO)

- 年間約7万件の商談機会
- 内、約2万件が成立、成約金額約180億円

■ 海外バイヤー招へい (JETRO)

■ 専門家による個別企業の一貫支援 (JETRO)

- 66社

■ 海外展開相談 (JETRO)

物流／販売・販路拡大

■ 現地でのサポート (JETRO)

2. これまでの取組により得られる教訓

成功事例の特色

- (1) 市場の嗜好に合わせて、試行錯誤で商品の開発・改良を重ねて成功する例が多数。
- (2) このような努力と
 - ①小売・流通の販売チャネルとの連携
 - ②加工・貯蔵技術の開発・活用
 - ③ブランドコンセプトの確立などとの組合せが成功の鍵となった例が多数。

今後の取組の重要な視点

市場の嗜好や流通状況等の情報の把握の強化

市場開拓に向けた創意工夫を重ねる取組・人材の確保

クールジャパン等に見られるブランド力の強化

これらを組合せ、戦略的に取り組む体制が重要

小売・流通業の販売力との連携の強化

加工・貯蔵などの技術開発との連携の強化

直近の新たな取組

- (1) JETRO、中小機構、NEDO、金融機関等の支援機関が結集し、専門家が企業に張り付いて、きめ細やかな総合的支援を行う「新輸出大国コンソーシアム」を立ち上げ。
- (2) コンビニエンス・ストアとJETROとの連携推進に関する協議会を設立。

(参考 1) これまでの取組の事例

展示会でのコミュニケーションを重ね、 市場の嗜好に合った商品改良で黒にんにくを輸出

(有)柏崎青果 (農業生産、青森県)

- 処分していた規格外野菜を活用するため、加工食品として「黒にんにく」を開発。
- 世界各国でのJETRO等の展示会に毎月のように出展し、安価な韓国・中国産製品との違いを何度も説明するとともに、現地の味覚に合うよう試作品の製造を繰り返したり、アジア向け、米国向けでパッケージ容量を変更。
- 米国大手チェーン・スーパーとの取引等、各国で販路拡大。



黒にんにく

新型コンテナ技術の開発・実証と北海道ブランドの 組合せによる大ロットでの農水産品の販路構築

(株)キョクイチ (食品卸売、北海道)

- 現地ネットワークを持つ人材を活用した海外販路拡大や、鮮度保持コンテナの開発・実証試験、国際線貨物の取扱いのない旭川空港からの空輸実証等による輸出可能性の検証に取り組み。
- 食品卸としての集荷力と北海道ブランドを活かし、メロンからホタテまで「多品種大ロット」での台湾やシンガポールなどの大規模流通グループに対する販路を構築。



旭川空港でのメロンの積み込み

海外の日系コンビニエンス・ストアやスーパーの販売網を活用した高級レタス販売

(株)ラクエインターナショナル (レタス生産販売、長野)

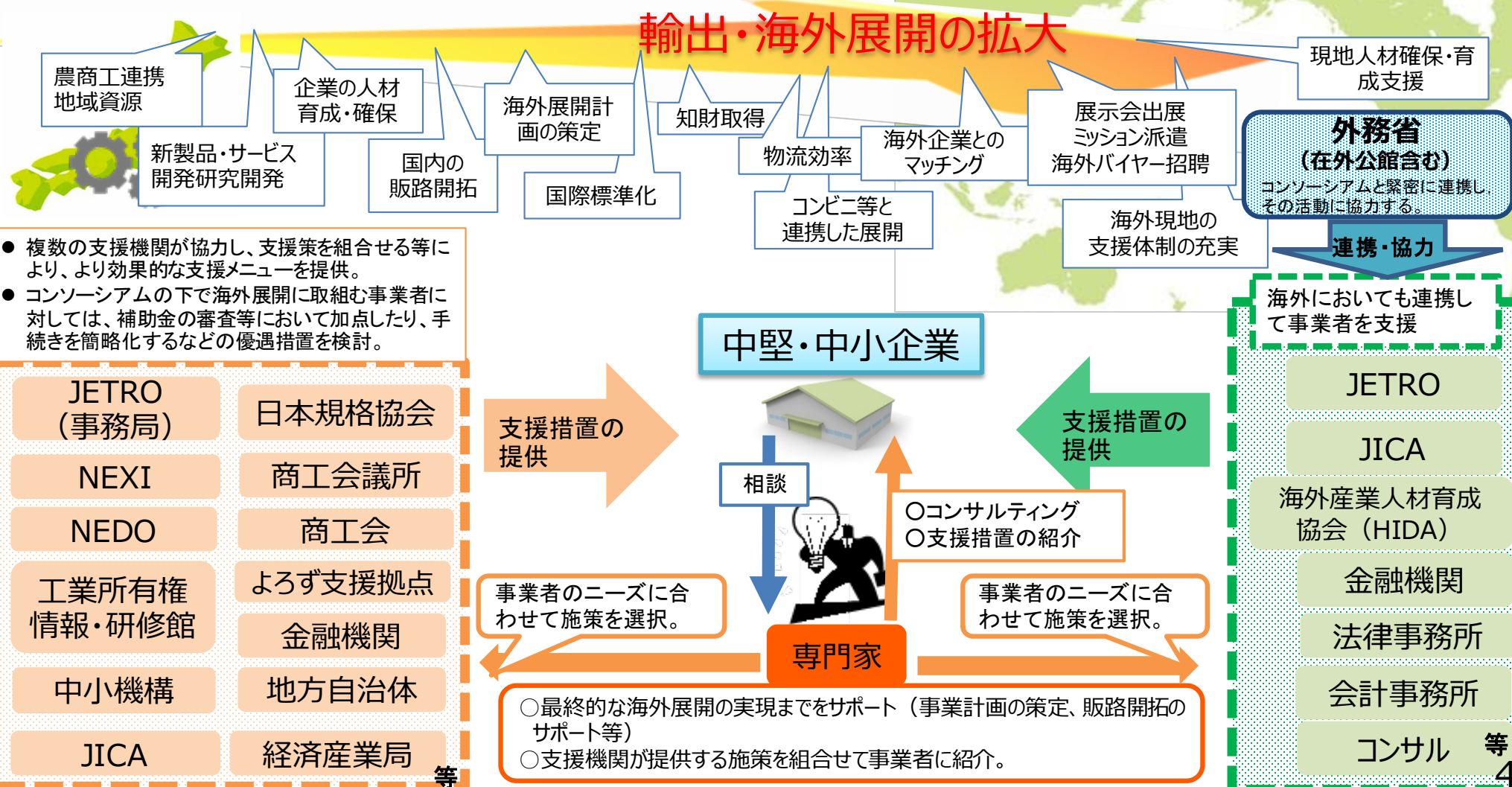
- 30代のスタッフ中心の川上村の高級レタス生産販売企業が、ベトナムで栽培開始。販路開拓を、現地で長年のバイヤー経験を持つJETROの専門家に相談し、試食会の来場者アンケート結果等も使いつつ、日系量販店と交渉。
- 現地のイオンやファミリーマート (サンドイッチ用) 等で販売を開始し、現地スーパー等にも販売を拡大。
- 本件は、日本からの輸出ではないが、我が国からの輸出における日系量販店との連携の有効性を示すもの。



ベトナムでのレタス試食会

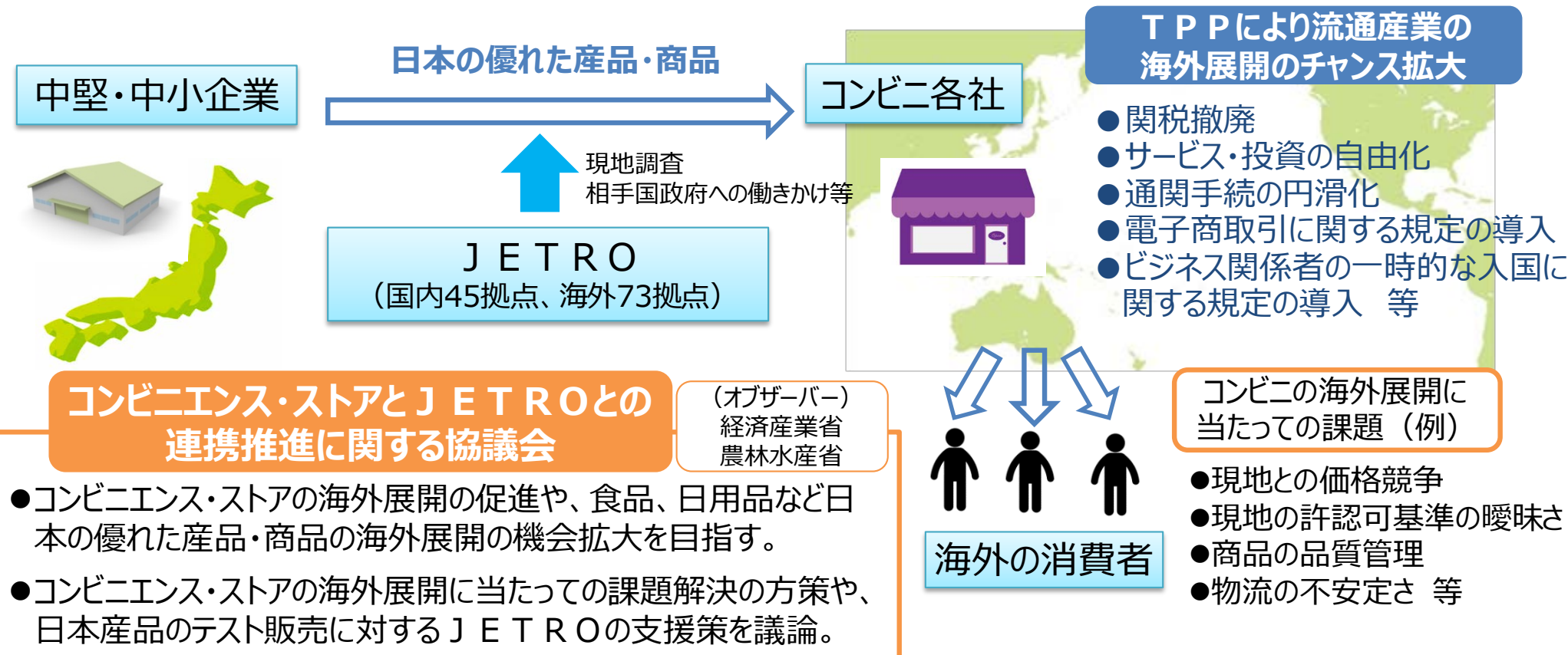
(参考2) 新輸出大国コンソーシアム

- JETRO、中小機構、NEDO、金融機関などの支援機関を幅広く結集したコンソーシアムを設立。
- 海外展開を図る中堅・中小企業に対して、専門家が寄り添い、技術開発から市場開拓に至るまで、様々な段階に応じて、場合によっては、複数の機関が連携して単一の支援機関では提供できないような支援策を提供するなど、総合的な支援を可能とする体制を構築する。



(参考3) コンビニエンス・ストアとJETROとの連携推進に関する協議会

- TPPにより、流通業の外資規制緩和など、サービス・投資の自由化が進展し、コンビニエンス・ストアを始めとする流通産業の海外展開のチャンスが拡大。
- コンビニエンス・ストアの海外展開は、食品、日用品など日本の優れた商品・商品の海外店舗での販売を通じ、我が国中堅・中小企業の海外展開の機会に。
- コンビニエンス・ストア業界とJETROで、TPPを契機としたコンビニの海外展開、中堅・中小企業の商品の海外店舗における販売支援等を進めるための協議会を設立。(1月18日第1回協議会開催)



(参考)

これまでの取組 ①農商工連携による輸出力強化

商工業者の加工・貯蔵に関する技術や流通網を活かして、農林漁業者が生産する食材から高付加価値の商品を開発し、高度な技術により輸送し、海外の販路を開拓。

商社のネットワークを活用した新ブランド展開

新垣通商、伊是名漁業協同組合他：沖縄県

- 漁協が健康食品を扱う商社と連携
モズクを生産する漁協が台湾などアジアに販路を持つ健康食品などを扱う地元総合商社に相談。共同で健康を売りにした新ブランドを立ち上げ。



琉球長寿藻

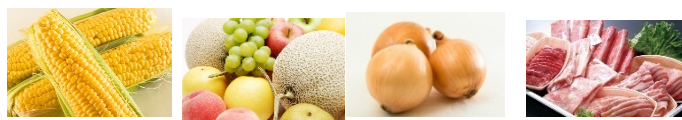
- 商社の現地法人で冷凍保管体制を構築
商社の台湾現地法人が保有していた冷凍倉庫を間借りし、モズクを一括輸送し現地で保管する体制を構築。小ロットの注文にも対応。
- 商社による市場調査や展示会出展の継続
商社の現地法人職員によるきめ細かい市場調査や展示会出展、商談会参加を繰り返す。
⇒アジアでの売上げを拡大。

革新的鮮度保持技術を活用した農産物輸出

伊藤忠商事、ホクレン農業協同組合他：北海道

- 農協連合会と大手商社が協力した連携
農畜産物などの生産現場に訴求力を持つホクレンと外資系流通網を有する伊藤忠商事が協力。
- 新クーリング技術を活用した輸送実証
氷点下でも凍らない空間を作るスーパークーリングシステムを活用した農林水産物の東南アジアへの試験輸送に成功。

⇒野菜などの輸出拡大に期待
鮮度の維持が壁であった野菜や果物などの輸出拡大を検討中。



これまでの取組 ②地域資源を活かした製品の輸出力強化

農林水産物をはじめとする地域資源を活用した新たな商品の開発や国内外の販路開拓を促進。

国際認定を駆使した商品開発・販路拡大

金光味噌株式会社：広島県府中市

○有機味噌製造認定の活用

取引のあった商社から、国際認証機関である OCIA インターナショナルの職員を紹介され、その支援を受けて同機関の有機味噌認定を取得。海外市場での信頼獲得の手段に活用。



海外展開商品の一例

○現地食に合う味噌の開発

海外からの引き合いと、社長と商社が協力した現地調査の結果を踏まえ、フリーズドライ商品の輸出が有利と判断。食品製造の専門事業者の協力を得て、100%有機味噌のフリーズドライ味噌汁等を製造・販売。

⇒米国、カナダ、中東、欧州に出荷。
海外販売比率が5割を超える。

産地加工を活かした商品開発と海外展開

有限会社アラコウ水産：青森県平内市

○産地加工を活かした商品開発
産地の利点を活かし、鮮度の良い未利用部位を活用したレトルト加工食品や乾燥品を開発。レトルト加工の知識は青森県産業技術センターから指導を受ける。



ホタテ干し貝柱

○現地ニーズを捉えて海外展開

買い付けに来た海外バイヤーの情報や、海外バイヤーの協力を得て社長自ら行った現地調査に基づき、冷蔵設備が充実していない海外では常温で扱える加工品が重宝されるとわかる。スーパーで一般消費者を対象に販路を開拓。

⇒中国、香港、シンガポール、台湾に輸出。台湾向けホタテ商品を販売強化・増産予定。

これまでの取組 ③ブランド化による輸出力強化

複数の中小企業者が連携して、共通のブランドコンセプトを確立し、展示会出展等により海外の販路を開拓する取組を促進。

統一ブランドを創設し水産加工品を輸出

末永海産株式会社：宮城県石巻市

○被災企業で統一ブランドを創設

東日本大震災の被災水産加工業 5 社で統一ブランド「日高見の国」を創設。三陸地域の豊富な水産物を原料に新製品を提案するとともに、海外バイヤーのニーズを踏まえたパッケージデザインを考案。

○展示会・商談会に積極参加

香港、台湾、タイ、マレーシア、シンガポール等の海外展示会・商談会に参加し、販路を開拓。グループ企業内でターゲット地域を分担し、共同で取り組む。



牡蠣の加工品

⇒活動初年度の平成25年度には輸出額約350万円、平成26年度にはグループ全体で輸出額4,600万円を達成。

高品質イチゴブランドの海外展開

農業生産法人株式会社GRA：宮城県山元町

○最先端技術を駆使したイチゴ栽培

ITベンチャー経営の経験を活かし、ITを活用した最先端の施設園芸技術を導入。ベテラン農家の「匠の技」を可視化し、日本最高レベルの糖度の高品質イチゴの栽培を実現。



食べる宝石
「ミガキイチゴ」

○インドでブランド確立

JETRO専門家の助言も受け、インドで栽培実証を実施。インドで受け入れられるブランドコンセプトやインド人の嗜好に合わせたイチゴの大きさや味等を調査し、栽培に反映。スパークリングワイン等の加工品を開発。

⇒インドでの現地生産・ブランド確立に成功。高級ホテルに出荷するなど高級品として販路開拓。サウジアラビアへの展開も狙う。

これまでの取組 ④JETROによる輸出促進

JETROに全役員、全地方事務所長、関係部署を含めた「農林水産物・食品輸出促進本部」を設置し、その下で、農林水産省の補助金なども活用しながら、情報提供、商談機会の提供、海外バイヤー向け情報発信、専門家による個別企業支援を実施。

市場調査・情報提供・相談対応

- 農林水産物・食品輸出相談窓口
(東京・大阪、43事務所)
- 海外コーディネーター相談
(23カ所、33名 ※2015年度)
- 海外市場調査
- 海外市場情報等の提供
- 商談スキルセミナー、マーケティングセミナー
- 有望品目の研究、品目別団体との連携 等



<食品輸出マーケティング講座>



<海外市場調査>

商談機会の提供

- 海外見本市 (20件予定)
- 国内・海外商談会 (44件予定)
- 海外市場でのテストマーケティング
- 輸出協力企業リストの整備・提供 等



<ミラノ万博での食関連産業に関するPRイベントや商談会> <Food Expo (香港)>

海外バイヤー向け情報発信

- 輸出有望な商品を持ち、輸出への熱意のある企業を専門家が一貫サポート (66社)

- 招へいバイヤーの生産現場視察
- 海外見本市での料理デモの実施 等

