

## ⑤ コメの輸出・輸入

---

# コメ・コメ加工品の輸出実績

品目名		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年		(参考) 主な輸出先国・地域
							1月	対前年同月比	
コメ・コメ加工品	数量 (原料米換算)	35,531トン	36,569トン	45,959トン	53,931トン	58,473トン	3,685トン	+12%	アメリカ 中国 香港 台湾 シンガポール
	金額	329億円	347億円	524億円	613億円	577億円	35億円	+22%	
コメ (援助米を除く)	数量	17,381トン	19,781トン	22,833トン	28,928トン	37,186トン	2,381トン	+7%	香港 アメリカ シンガポール オーストラリア 台湾
	金額	46億円	53億円	59億円	74億円	94億円	6億円	+15%	
米菓 (あられ・せんべい)	数量	4,033トン	4,222トン	5,141トン	4,523トン	4,565トン	286トン	+35%	台湾 アメリカ 香港 シンガポール 韓国
	原料米換算	3,428トン	3,589トン	4,370トン	3,845トン	3,880トン	243トン	+35%	
	金額	43億円	45億円	56億円	55億円	61億円	4億円	+64%	
日本酒 (清酒)	数量	24,928 キリットル	21,761 キリットル	32,052 キリットル	35,894 キリットル	29,196 キリットル	1,745 キリットル	+17%	中国 アメリカ 香港 韓国 台湾
	原料米換算	14,041トン	12,257トン	18,054トン	20,218トン	16,445トン	983トン	+17%	
	金額	234億円	241億円	402億円	475億円	411億円	23億円	+17%	
パックご飯等	数量	1,018トン	1,205トン	1,129トン	1,384トン	1,593トン	107トン	+22%	アメリカ 香港 韓国 台湾 シンガポール
	原料米換算	535トン	634トン	594トン	727トン	837トン	56トン	+22%	
	金額	5億円	7億円	6億円	8億円	10億円	1億円	+44%	
米粉及び米粉製品 (米粉麺等)	数量	118トン	249トン	88トン	173トン	101トン	18トン	+1,358%	タイ アメリカ ドイツ シンガポール オランダ
	原料米換算	146トン	308トン	108トン	213トン	125トン	22トン	+1,358%	
	金額	0.3億円	0.7億円	0.6億円	1.0億円	0.8億円	0.1億円	+383%	
コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	数量 (原料米換算)	18,062トン	20,723トン	23,535トン	29,868トン	38,148トン	2,459トン	+8%	香港 アメリカ シンガポール 台湾 オーストラリア
	金額	52億円	60億円	66億円	83億円	105億円	7億円	+19%	

資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注1：米粉は2019年より、米粉麺等は2020年より貿易統計にて輸出実績を集計・公表。

注2：米粉及び米粉製品のうち米粉製品の原料米換算は米粉100%として推計。

注3：「（参考）主な輸出先国・地域」は2024年1月の金額上位5か国・地域を記載。

# 商業用のコメの輸出数量及び輸出金額の推移

○ 2023年のコメの輸出数量は対前年比29%増の37,186トン、輸出金額は対前年比27%増の9,411百万円

	2019年		2020年		2021年		2022年		2023年		2024年 (1月)	
	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円
輸出合計	17,381 (+26%)	4,620 (+23%)	19,781 (+14%)	5,315 (+15%)	22,833 (+15%)	5,933 (+12%)	28,928 (+27%)	7,382 (+24%)	37,186 (+29%)	9,411 (+27%)	2,381 (+7%)	644 (+15%)
香港	5,436	1,372	6,978	1,796	8,938	2,118	9,880	2,344	11,301	2,630	652 (-1%)	156 (-6%)
アメリカ	1,980	543	1,989	565	2,244	625	4,459	1,169	6,883	1,768	402 (-16%)	130 (+12%)
シンガポール	3,879	802	3,696	785	4,972	1,025	5,742	1,201	5,593	1,153	536 (+39%)	113 (+42%)
台湾	1,262	411	2,004	622	1,907	575	2,532	716	3,096	872	103 (-51%)	35 (-33%)
カナダ	158	51	205	62	210	69	382	104	1,629	394	72 (-32%)	19 (-16%)
オーストラリア	770	233	1,074	334	893	283	1,245	390	1,204	386	118 (+44%)	39 (+39%)
タイ	578	145	555	145	625	162	1,045	256	1,299	307	105 (+114%)	27 (+136%)
イギリス	450	131	451	131	332	104	526	162	587	193	80 (+105%)	27 (+141%)
ドイツ	140	52	144	58	185	68	239	81	582	186	27 (-31%)	10 (-15%)
中国	1,007	363	1,002	321	575	219	764	262	546	175	— (-100%)	— (-100%)
フランス	93	40	112	49	173	72	237	93	395	135	49 (+250%)	16 (+215%)
スペイン	31	12	7	4	13	10	87	28	544	135	31 (+933%)	8 (+364%)
その他	1,597	465	1,564	443	1,766	603	1,790	576	3,527	1,078	206	65

資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注1：2023年1～12月の輸出金額上位国・地域を記載。

注2：（ ）内は対前年同期増減率である。

注3：「—」は貿易統計上、実績が計上されていないことを示す。

注4：対前年同月比を記載していないのは、貿易統計上2023年1月の数量が1トン未満であるため。

注5：対前年同月比を記載していないのは、貿易統計上2023年1月の輸出実績が計上されていないため。

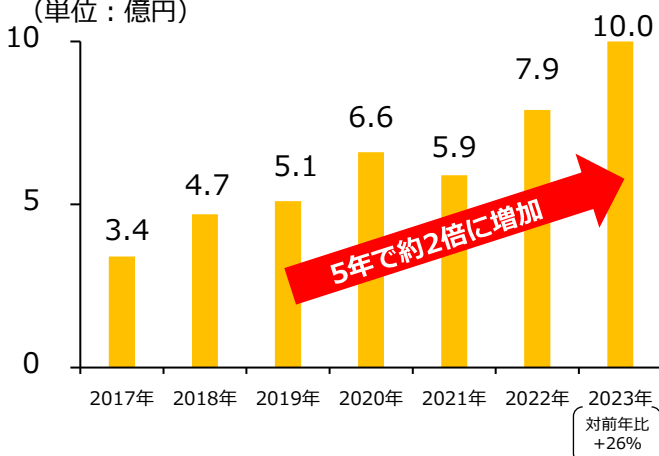
※：2020年1月以前はイギリス分が含まれている。

# パックご飯等・米菓・日本酒の輸出実績の推移

- パックご飯等については、輸出事業者からは、台湾のEC販売やアメリカを始めとする様々な輸出先国・地域における小売店からの需要が増加した等の声が聞かれ、2023年の輸出金額・輸出量はともに増加。
- 米菓については、韓国での小売店からの引き合いの増加等があったものの、サウジアラビア向け等が減少したことで、2023年の輸出金額は増加、輸出量は前年並。
- 日本酒については、中国・アメリカ・香港等における現地在庫の嵩みやインフレによる買い控え等の背景から、2023年の輸出金額・輸出量はともに減少。

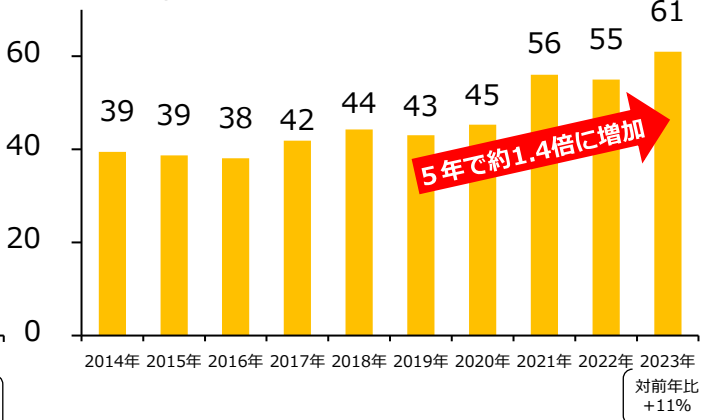
## ● パックご飯等の輸出実績

(単位：億円)



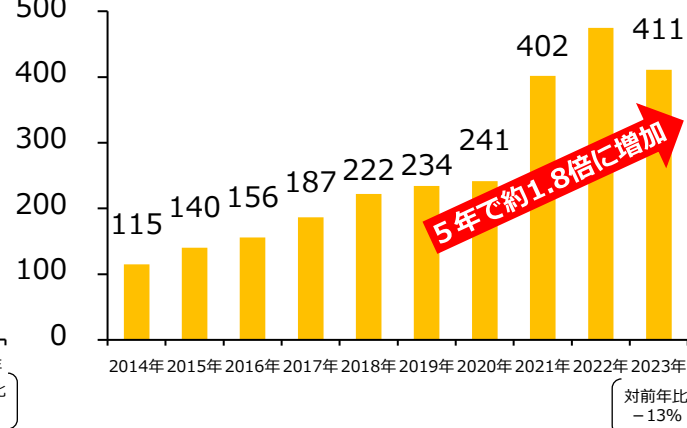
## ● 米菓の輸出実績

(単位：億円)

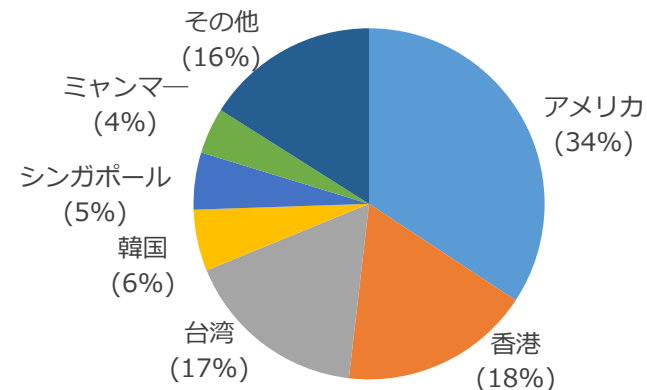


## ● 日本酒の輸出実績

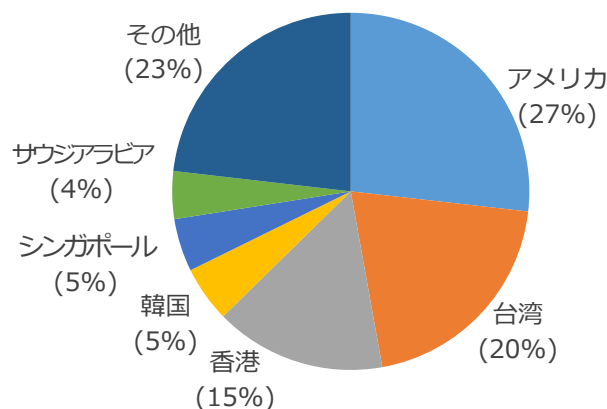
(単位：億円)



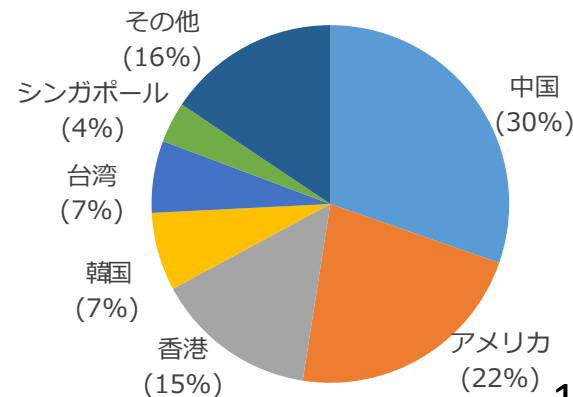
## ■ パックご飯等の輸出先国・地域内訳 (金額ベース)(2023年)



## ■ 米菓の輸出先国・地域内訳 (金額ベース)(2023年)



## ■ 日本酒の輸出先国・地域内訳 (金額ベース)(2023年)



※資料：財務省「貿易統計」

(注) パックご飯等は2017年より貿易統計にて輸出実績を集計・公表。

# 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

- 政府の輸出額目標（2025年までに2兆円、2030年までに5兆円）達成には、**成長する海外市場で稼ぐ方向への転換**が必要。本戦略は農林水産事業者の利益拡大と輸出拡大を実現するために策定（令和2年12月農林水産業・地域の活力創造本部決定、令和5年12月最終改訂）
- 輸出拡大には、**海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産販売**する体制（プロダクトアウトからマーケットインへの転換）が必要
- 本戦略では、**3つの基本的考え方**に基づいて政策を立案

## 3つの基本的な考え方と具体的施策

### 1. 日本の強みを最大限に発揮するための取組

- 海外で評価される日本の強みがある**輸出重点品目**（現在**29品目**）を選定し、**各品目でターゲット国・地域と輸出目標を設定**
- 輸出重点品目についてオールジャパンによる輸出促進活動を行う**認定品目団体の取組の強化**
- 輸出先国・地域に**輸出支援プラットフォーム**を設置し、現地で輸出事業者を専門的・継続的に支援

### 2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援

- リスクを取って輸出に取り組む**事業者の投資への支援**（公庫融資、税制特例等）
- **マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開**
- **地域ぐるみの生産・流通の転換による輸出産地の形成を支援**するとともに、「**フラッグシップ輸出産地**」（仮称）を選定し支援
- **輸出人材の育成・確保**
- 輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の**海外展開の支援**

### 3. 政府一体となった輸出の障害の克服

- 輸出先国・地域における**輸入規制の撤廃・緩和に向けて政府一体となった協議**を実施
- 輸出加速を支えるため、**輸出証明書発行や施設認定など輸出先国・地域の規制への対応**について、政府一体となって体制整備
- 我が国の強みである、優れた品種や技術、特有の食文化等の**知的財産を守り「稼ぎ」に変えるための知的財産対策の強化**

## 1. 国別輸出額目標

国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	52億円	125億円	
香港	15億円	36億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出事業者が日系中食・外食を中心に需要を開拓しており、今後もレストランチェーンやおにぎり店等をメインターゲットとした需要開拓を図る</li> <li>現地系小売やレストランチェーンの深掘りにより、更なる市場開拓を図る</li> </ul>
アメリカ	7億円	30億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>西海岸・東海岸では輸出事業者が日系小売店需要を開拓。今後は日本食レストラン、おにぎり店等や現地系、EC等の小売需要を開拓。現時点では進出がないが、人口が増加しており、日本食レストランの大幅な増加も期待される中部では、新たな市場として需要開拓を図る</li> <li>パックご飯や米粉の主要な輸出先国であり、更なる市場開拓を図る</li> </ul>
中国	4億円	19億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>大手米卸等が日系外食店やEC、ギフトボックス等の贈答用に対応しており、更なる開拓を図る</li> <li>コスト削減のためには指定精米工場等の活用に加えて工場等の追加や輸入規制の緩和が不可欠</li> </ul>
シンガポール	8億円	16億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出事業者が日系中食・外食を中心に需要を開拓。更にレストランチェーンやおにぎり店等をメインターゲットとした需要開拓を図る</li> <li>現地系小売やレストランチェーンの深掘りにより、更なる市場開拓を図る</li> </ul>
台湾	5億円	9億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出事業者が日系中食・外食を中心に需要を開拓</li> <li>現地でジャボニカ米が生産されていることから、日本食レストランでの日本産米採用による他店舗との差別化により需要開拓を図る</li> </ul>
その他	13億円	14億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>UAEや欧州、カナダ等のコメを主食としない地域では、寿司等の日本食需要拡大に合わせて日本産米の需要開拓を図る</li> <li>EU、英国を中心に拡大するグルテンフリー需要の取り込みを通じた米粉・米粉製品の需要開拓を図る</li> </ul>

## 2. 輸出産地の育成・展開

### <輸出産地数>

- 30～40産地（先進的なJA等をモデル産地として、千トン超の輸出用米の生産に取り組む産地を育成する）

### <今後育成すべき国内産地>

- 国際競争力を有するコメの生産と農家手取り収入の確保の両立を図ることで、大ロットで輸出用米を生産・供給する産地

### <生産基盤の強化やロットの拡大、産地間連携の実現に向けた方策>

- 輸出事業者と産地が連携して取り組む、多収米の導入や作期分散等の生産・流通コスト低減の取組の支援により、輸出用米の生産拡大（主食用米からの作付転換）を推進
- 都道府県やJAグループとの連携などにより、更なる輸出産地の強化や掘り起こしを推進

## 3. 加工・流通施設の整備

- パックご飯メーカーや米粉・米粉製品メーカーが輸出に取り組んでいるが、輸出先国・地域の規制等への対応が必要になるケースがあることから、当該規制等対応のための取組や輸出向け生産に必要な機械・設備の導入等を支援
- 国内流通も含め、低コスト化や作業効率の改善につながる産地から精米工場への推奨フレコンによる出荷や鉄道へのモーダルシフトを推進

## 4. 品目別団体を中心とした販路開拓

- （一社）全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）が策定した「中期計画」に基づく、主要輸出先国・地域での新たな購買層の深掘りや輸出事業者の進出が不十分な国・地域（UAE・欧州等）での市場開拓のための、輸出先国・地域のマーケット情報の収集・発信、プロモーション活動を実施。実施に際しては、他の品目団体や輸出支援プラットフォームとも連携。プロモーションの財源には、国庫補助金のほか会費収入も一部活用
- 日本産米に対する理解を進めるため、輸出支援プラットフォームとも連携して、消費者と事業者に対し、日本産米の多様性や特徴をPRするなど、マーケットに応じた訴求を図る

### <戦略的サプライチェーンの構築>

- 国別地域別の特色を踏まえたマーケティング戦略の下での現地商流を構築するため、現地エージェントによる現地系スーパー・レストランの販路開拓
- 輸出先国の需要に対応するため、輸出事業者や産地が連携して輸出用米を生産・調整する体制を構築



# 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）の概要

- コメ・コメ関連食品の海外需要の開拓・拡大のため、オールジャパンでコメ・コメ関連食品の輸出を促進する全国団体（一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸））を平成27年8月13日に設立。
- 全米輸には米卸・輸出事業者のほか、産地側である全農・ホクレン等も会員として参加。これまで、海外見本市への出展、PRイベントの開催や輸出先国の規制・マーケット情報の収集・発信、広報素材の作成等に取り組んできたところ。
- 今後、輸出拡大実行戦略を踏まえたコメ・コメ加工品の品目団体として、会員向けサービスの強化・会員数の増加・新興市場でのプロモーション等を通じた海外市場の開拓・自主財源の増加等を図っていく必要。

団体名	一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（略称：全米輸）
設立日	平成27年8月13日
目的	コメ・コメ関連食品の海外需要の開拓・拡大のため、オールジャパンでコメ・コメ関連食品の輸出を促進する。
会員数 2024年3月4日 現在（賛助会員含む）	<p>合計86</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コメ輸出事業者、生産者団体等：45（クボタ、全農、神明、木徳神糧、千田みずほ、ホクレン等）</li> <li>蔵元等：16</li> <li>米菓メーカー等：8</li> <li>パックご飯メーカー等：9</li> <li>米粉メーカー等：9</li> <li>その他：9（食品機器メーカー、外食事業者等）</li> </ul> <p>※一部重複があるため、合計の会員数と一致しない。</p>
理事	<p>理事長 木村 良（木徳神糧(株)取締役相談役、全米販理事長）</p> <p>専務理事 細田 浩之（元三井物産(株)）</p> <p>理事 陰山 貞三（千田みずほ(株)取締役執行役員 営業本部長兼海外事業部長）</p> <p>山田 智基（木徳神糧(株) 取締役執行役員 営業本部海外事業統括）</p> <p>松永 将義（白鶴酒造(株) 執行役員 海外事業部長）</p> <p>舩木 秀邦（(株)神明 執行役員 海外事業本部 本部長）</p> <p>原川 竜也（全国農業協同組合連合会 輸出対策部長）</p>

# 全米輸におけるこれまでの海外需要開拓の取組

## フランスSIAL PARIS 2022 (2022年10月)

パリで開催された欧州最大級の食品見本市に日本産のコメ・コメ加工品のブースを出展。(来場者数：約26万人、出展社数：約7000社)

出展社の商品情報シートを事前に作成し、バイヤー要望を踏まえた商談のアレンジや、現地バイヤーの興味を引くレシピの提案・試食を実施し、コメや日本酒等のコメ加工品の新規販路を獲得。



コメで作るヴェリーヌ (前菜)

## Winter Fancy Food Show 2023 (アメリカ) (2023年1月)

北米最大級の食品展示会のJETRO・Japan Pavilion内に全米輸ブースを出展。

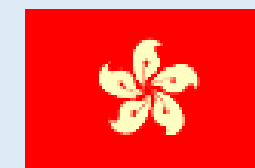
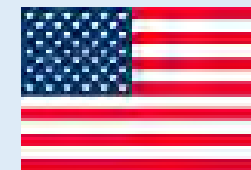
簡便性の高いパックご飯への引合いがあったことに加え、米粉パンケーキミックス・米粉麺が、グルテンフリーに関心の高い現地バイヤーから好評を得て、成約を獲得。



## 日本産コメ・日本酒購入・飲食者実態調査の実施 (3地域) (2022年)

今後のマーケティング活動にあたり課題を明らかにすることを目的として、香港・シンガポール・アメリカの消費者を対象に調査を実施。地域ごとの市場の特性や消費の傾向・共通点、また不満点等を明らかにした。

その結果、日本産米・日本酒に対して良好な評価が得られたものの、必ずしも購入等のリピートにつながっていないことが明らかになり、その要因などからリピーターの育成につながる施策を検討。





# 品目団体による輸出促進のための取組について

- 品目団体の認定制度は、輸出促進法に基づき、輸出重点品目ごとに、**生産から販売に至る関係者が連携し輸出の促進を図る法人を、その申請に基づき、所管大臣が認定品目団体として認定するもの。**
- コメ・コメ加工品の輸出においては、これまで**全米輸がオールジャパンでの需要開拓等を担ってきたところ。**
- 令和4年12月5日付けで全米輸が輸出重点品目である「**コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品**」の認定品目団体として認定。
- 全米輸では、引き続き、コメ・コメ加工品の輸出拡大に向け、**オールジャパンでの需要開拓や現地ニーズの把握、会員数の増加による自己財源の確保等**を行っていく考え。



認定品目団体  
認定式の様子



## 品目団体の法認定要件

- **生産から販売に至る事業者が構成員に含まれ、業界の輸出関係者全体を代表して取組を実施できる体制を有している。**
- 輸出促進業務を実施するために必要な**自己財源の確保に向けた方針を有している。**
- 輸出先国における**オールジャパンでの需要の開拓等の業務を行う。**

## 全米輸における取組

- 全米輸には、米卸・輸出事業者のほか、産地である全農・ホクレン等が会員として参加。プロモーション事業の開催や輸出先国・地域別の情報発信等を実施。
- また、
  - ① **会費水準を見直し（引き下げ）、会員数の増加に努めるとともに、事業参加負担金の徴収による自己財源の確保**
    - ・ 正会員の年会費を30→15万円に引き下げ
    - ・ 1事業参加毎に事業費の2%（上限20万円）を参加負担金として徴収
    - ・ 事業に参加しない産地向けに賛助会員制度（年会費3万円）を導入
  - ② 会員サービスの強化（**専門家の活用**による相談対応、情報発信等）
  - ③ 会員ニーズに沿った事業の企画を図る。
- 全米輸において日本産コメ・コメ加工品の輸出促進のため、
  - ① **統一ロゴマークを作成、プロモーション等において活用**
  - ② **日本産米の品質面の優位性に関する調査・分析を実施。**
- また、効率的な輸出に向けて、物流面・規格等についての会員間での意見交換等を実施。  
(スマート・オコメ・チェーン・JAS規格についても積極的に関与)



THIS IS  
JAPAN QUALITY  
日本のおいしい米。

# コメ海外市場拡大戦略プロジェクトについて①

- 「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」は、コメの輸出量を飛躍的に拡大すべく、平成29年9月に立ち上げ。
- 本プロジェクトは、目標及び取組方針を掲げてコメ・コメ加工品の輸出拡大に取り組む事業者・産地が参加可能なプラットフォームであり、参加者への支援を実施。

《国による支援》

- ・ 戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地（産地）等が連携して実施する取組を後押し
- ・ （新たに）輸出に取り組む事業者・産地に対するマッチング・相談等サポート
- ・ 輸入規制についての情報発信

支援

## 戦略的輸出基地 (産地)

海外マーケットに対応可能な、質、数量、価格の面で競争力を有するコメの生産を推進。



## 戦略的輸出事業者 (卸、輸出商社、メーカー等)

輸出拡大の目標、当該目標達成のためのターゲット国・地域・市場及び取組方針を掲げ戦略的に海外市場を開拓。



連携

連携

農林水産物・食品  
輸出支援プラットフォーム  
(在外公館、JETRO海外事務所、  
JFOODO海外駐在員)

認定農林水産物・  
食品輸出促進団体  
(一般社団法人 全日本コメ・  
コメ関連食品輸出促進協議会)

産地と輸出事業者が一体となった  
マーケットイン型の海外需要開拓

輸出目標の達成に向けた

コメ・コメ加工品輸出の飛躍的増加

# コメ海外市場拡大戦略プロジェクトについて②

- 現在までに116の戦略的輸出事業者、166の戦略的輸出基地が2025年の輸出目標と目標達成に向けた取組方針を設定。（戦略的輸出事業者による目標数量合計：約16.6万トン(原料米換算)）
- 参加事業者に対して、戦略的輸出事業者が産地と連携して取り組むプロモーション等に対する支援、戦略的輸出事業者と産地のマッチングの推進や海外規制動向のタイムリーな情報発信等の施策を通じて輸出を強力に後押し。

## 戦略的輸出事業者参加状況(2024年3月1日時点)

### 116事業者（目標数量合計：16.6万トン※）

- 主な戦略的輸出事業者（輸出目標上位5事業者を抜粋）

戦略的輸出事業者	輸出目標	重点国・地域
J A全農	コメ：50,000トン パックご飯：200万食	中国、北米、EU、アジア等
(株)神明	コメ：10,500トン パックご飯：100万食 米粉・米粉製品：100トン	中国、アジア、EU等
(株)クボタ	コメ：10,000トン	米国等
全農インターナショナル(株)	コメ：10,000トン パックご飯：100万食	中国、北米、EU、アジア等
木徳神糧(株)	コメ：6,000トン	中国、香港、北米、EU、東南アジア（シンガポール・タイ等）、ブラジル、アジア等

※ 原料米換算。輸出事業者の目標の積み上げであり、重複して計上される場合もある。

## 戦略的輸出基地(産地)参加状況(2024年3月1日時点)

- (1) 団体・法人 157産地
- (2) 都道府県単位の集荷団体等 8団体（J A全農県本部、経済連）  
（(1)以外の産地も含めた取組を推進する都道府県単位の団体等）
- (3) 全国単位の集荷団体等 1団体（J A全農）  
（(1)、(2)以外の産地も含めた取組を推進する全国単位の団体等）

- 主な戦略的輸出基地（令和3年産輸出用米生産実績上位5産地を抜粋）

【団体】

【農業法人】

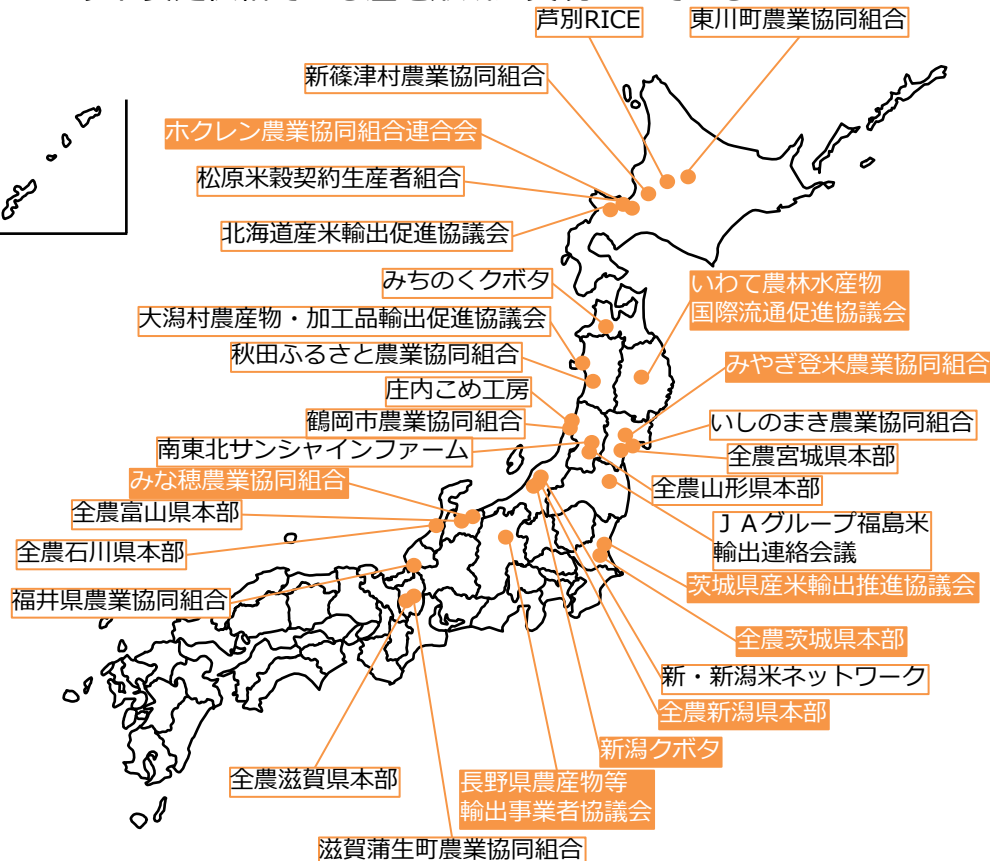
都道府県	戦略的輸出基地	都道府県	戦略的輸出基地
新潟県	J Aグループ新潟米輸出推進協議会	新潟県	(株) 新潟クボタ
宮城県	JAみやぎ登米	青森県	(株) みちのくクボタ
岩手県	JA岩手ふるさと	北海道	(株) 芦別RICE
茨城県	茨城県産米輸出推進協議会	山形県	(株) 庄内こめ工房
福井県	JA福井県	北海道	(株) 松原米穀契約生産者組合

# 主なコメの輸出産地について

○ コメの輸出を更に伸ばすためには、コメの輸出量の9割を占める「モデル産地」（「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」でリスト化した年間1,000トン超のコメ輸出を目標とする産地）を中心に、低コスト生産等の取組を支援し、競合する他国産米との価格競争力を高めていく必要。

## モデル産地（30産地）（令和6年12月末現在）

- モデル産地で、令和4年のコメの輸出量約29,000トンの9割をカバー。
- 年間1,000トン超の実績のある産地も存在（オレンジ色の産地）。
- それらの産地では、多収性品種の導入等による低コスト生産と大口ト安定供給できる産地形成が実現されているところ。



## とめ みやぎ登米農業協同組合

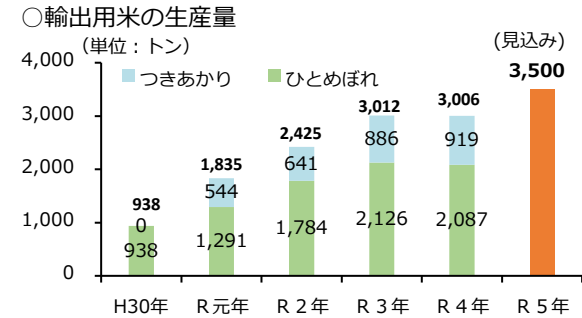
### 【取組内容】

「コメ新市場開拓等促進事業」も活用して、つきあかり等の多収性品種の導入と併せて、**耕畜連携による堆肥の有効活用**を図り**低コスト生産を推進**。  
 輸出用米の生産者数が増加（H30年235人→R4年492人）



### 【生産実績】

R7年度の目標として掲げていた**3,000トン**をR3年度に達成。今後も継続安定した出荷を目指す。輸出先は、香港を中心に米国、シンガポールなど。



## 茨城県産米輸出推進協議会

### 【取組内容】

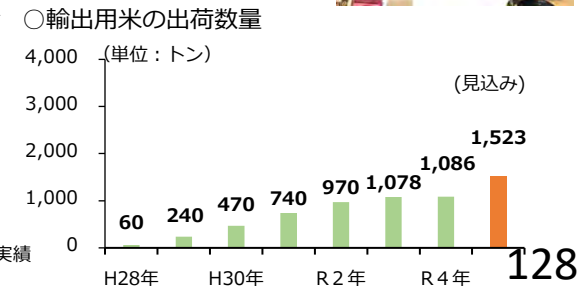
協議会のオプザーバーである(株)百笑市場では、「コメ新市場開拓等促進事業」も活用して、**多収性品種**（にじのきらめき、ハイブリッドとうごう3号）の**契約栽培を推進**。そのほか、**ドローンによる直播・病害虫防除等の省力・低コスト化の取組を推進**。



協議会の参加者（生産者）数が増加（H28年8人→R5年85人）

### 【生産実績】

R4年の生産量は1,086トンで、米国、香港、シンガポール等に輸出。



注）モデル産地の輸出量の割合は、各産地から聞き取った実績を積み上げたものを基に計算。



# 現地系外食・小売チェーン等への進出

- 輸出額の更なる増加に向けては、オールジャパンで、輸出先国・地域の市場調査、販路開拓等の取組を進めることにより、日系だけでなく現地系スーパー・レストランチェーンなど新たな市場を開拓する必要。
- 香港、シンガポール、アメリカなど各国・地域において、現地系外食・小売チェーン等に進出する事例も出ている。

## 〈進出事例の一部〉

コメ    パックご飯    米菓

### ●韓国

- ・ 大手スーパー、ドラッグストア、ディスカウントストア

### ●香港

- ・ 大手寿司チェーン(業務用)
- ・ おにぎりチェーン(業務用)
- ・ 高級グルメ系スーパーチェーン

### ●アメリカ

- ・ 大手量販店チェーン (PB(※1)用テスト販売)
- ・ アッパー向けスーパーチェーン
- ・ 大手小売チェーン(OEM(※2))

### ●マレーシア

- ・ アッパー向けスーパー

### ●シンガポール

- ・ 日本食/台湾レストラン(業務用)
- ・ 大手ネットスーパー(小売用)

### ●台湾

- ・ 大手スーパーチェーン(小売用)
- ・ 大手ドラッグストアチェーン

### ●オーストラリア

- ・ 大手量販店チェーン(小売用)

## 日本産米

- ・ シンガポールで22店舗展開している台湾料理チェーンに対して、**台湾料理(チャーハン等)に合うコメの提案や炊き方提案、使用後のきめ細やかなフォローアップを実施。**
- ・ チャーハンに合うコメを提案したことで、**メニューの品質が向上。**また、多量のコメを消費する同チェーンに対して、試用期間中に欠かさずにコメを供給をし続けられたことも評価され、**日本産米の継続使用が実現。**



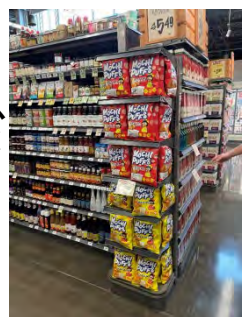
## パックご飯

- ・ アメリカ全土に展開する**現地系量販店と他業態で取引関係があったこと**をきっかけに、エリアを限定したPB商品としてテスト販売を実施する予定。定番商品化に向けて商談中。
- ・ 台湾においても、**同米系量販店のECサイトを足掛かりに、実店舗への進出を計画**中。



## 米菓

- ・ 消費者による日本製菓子の**SNS投稿がバイヤーの目にとまり、JETRO経由で紹介**を受けたことで、アメリカのテキサス州に展開する**現地系小売店のPB商品としてテスト販売**を実施。2023年10月から本格的に現地での販売を開始。
- ・ 日系小売店では日本風のパッケージにラベルを貼って対応することを求められるが、**英語のパッケージで子ども受けするポップなデザインにして、現地系消費者に訴求。**



※1:“Private Brand”の略称。小売業者が商品を企画して、メーカーが生産した商品を全量買取して自社ブランドとして販売するビジネスモデル。

※2:“Original Equipment Manufacture”の略称。「相手先ブランド供給」とも呼ばれる。委託者のブランドにより製品を生産するもの。



# 各国・地域で広がりを見せる「おにぎり」

- 日本産米で作ったおにぎりは、冷めてもやわらかさと粘りがあり、コメそのものの美味しさを伝えることが可能。
- おにぎりは、テイクアウトが可能で手軽に食べられ、外食に比べコストパフォーマンスも良いことから、近年、海外でも人気となっている。

(2023年12月時点)

## (株) イワイ (アメリカ・フランス)

- アメリカ (NY、NJ) とフランス (パリ) におむすび専門店「おむすび権米衛」を展開。
- 玄米形態で輸出し現地店舗で精米することで、精米したてのコメを使ったおむすびを消費者へ提供。
- 国内外店舗を問わず、店舗で使用される全てのコメを生産者と直接契約。
- コロナ禍によるテイクアウト需要で売上げが増加。

(店舗数：4店舗)



## 百農社国際有限公司 (香港)

- 香港のオフィス、ショッピングモール、地下鉄駅構内等において、おむすび専門店「華御結」「OMUSUBI」を展開。
- コメは全て日本産を使用。品質の均一化・多店舗展開に対応するため、おむすびは全て自社工場で製造。
- 生産者とは毎月1回ミーティングを行い、ブランドコンセプトを共有。

(店舗数：141店舗)



## (株) 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 (シンガポール・香港・台湾・マレーシア・アメリカ (ハワイ))

- DON DON DONKI店内で、握りたてのおにぎりとお米を精米したてのコメを提供する日本産米専門店「富田精米 (シンガポール・マレーシア)」「安田 (やすだ) 精米 (香港・台湾・アメリカ (ハワイ))」を展開。
- おにぎりを食べてもらう飲食業と日本産米を買ってもらう物販業が併存する従来にないハイブリッド型。
- 玄米輸出、現地精米をすることで、鮮度の高い日本産米を提供。

(店舗数：14店舗)



## KNT-CTホールディングス (株) (アメリカ)

- 旅行会社として日本の食材と日本産米の魅力海外へ向け発信し、地域創生を目指す「コメイノベーション事業」を開始。
- フードトラックでの、おにぎりのテスト販売を経て、期間限定店舗「ONIGIRI SUN」をロサンゼルスにオープン。
- 玄米輸出、現地精米した日本産米で、握りたてのおにぎりを提供。具材には鮭・明太子・昆布等の定番に加え、大豆ミートそぼろ等、ヴィーガンにも対応。飲料にも日本発の玄米デカフェを提供。

(店舗数：1店舗)

