



*High performance. Delivered.*

**「平成29年度輸出戦略実行事業」  
戦略を踏まえた卸売市場における取組状況調査報告書**

2018年3月  
アクセンチュア株式会社

# 事例①：現地情報等の取得サポート

## 取組内容

- 開設者である自治体が海外調査等を実施し、市場関係者にフィードバック
  - 成田市場輸出拠点化推進協議会として、英国、マレーシア、北米、ドイツ、中国における日本産農林水産物の輸出拡大に向けたフィージビリティ調査等を実施し、勉強会を開催  
(成田市公設地方卸売市場)
  - 京都市は出先機関に委託して、香港の現地情報を調査した上で、市場関係者へのフィードバックを実施  
(京都市中央卸売市場第一市場)
  - 大阪東部市場農産物輸出推進協議会として香港、シンガポール等アジア諸国を中心に現地調査をしたうえで協議会関係者へのフィードバックを実施  
(大阪市中央卸売市場東部市場)
- 中部国際空港(セントレア)で切り花の生産者向けのイベントを年に2回程度開催し、海外のマーケットの状況等に関するフィードバックを実施、また、産地での直接フィードバックも実施  
(愛知豊明花き地方卸売市場)

## 取組の効果

- 取得した現地情報を勉強会等を通じて、市場関係者に共有することで、輸出のきっかけとなった
- 市場開拓に向けて、各事業者の抱える課題が明らかになり、輸出の課題解決に繋がった
- 現地の販売状況を共有することによりバイヤーにピンポイントでの商品、価格提案を少しずつできるようになった

## 今後の課題

- 変化を続ける現地市場情報を継続的に取得・共有する仕組みづくりが必要
- 季節ごとに品目や販売単価が異なるため継続的に現地情報を把握して対応していく必要がある
  - 現地調査の回数を増やしたり現地の関係者から情報を得て常に現地状況を把握する必要がある
- 輸出向けの収穫方法を農家の方に指導することが困難

## 【マレーシア】現地系スーパーでの試験販売・調査

開催場所： Village grocer (クアラルンプール近郊)  
日 時： 平成28年11月12日(土)～14日(月)  
輸出品目： 青果物、水産物、加工食品



- 現地マレー系の顧客が多く訪問する現地系スーパーマーケットでの試験販売を実施
- 今後の経済成長が見込まれるマーケットである一方、現時点では葉物野菜類を中心に現地産との価格差が大きい
- 水産物に関しては、日本産の鮮度・味への評価が高いが、生で食べる習慣がないため、調理方法の提案・魚のさばき方の技術普及も必要

## 【アメリカ】日系スーパーでの試験販売・調査

開催場所： Mitsuwa Market Place (トランス)  
日 時： 平成28年11月19日(土)～21日(月)  
輸出品目： 水産物



- 日系スーパーマーケットでの試験販売を実施
  - 北米は水産物輸出の主要対象国
- 日本国内外から多様な水産物が既に輸入されており、価格競争が激しい
  - 日本産の品質の高さの追及・輸送の効率化が課題

## 【ドイツ】青果物の展示商談会への出展

開催場所： FRUITS LOGISTICA 2017 (ベルリン)  
日 時： 平成29年2月8日(水)～10日(金)



→ 青果物を欧州等へ輸出する際の成田市場の強みや今後の課題・改善策の整理及び現地の卸売企業等との連携可能性の調査を実施

## アジア諸国を中心とした現地調査



→ 香港、シンガポール等アジア諸国を中心とした現地調査を実施  
※写真はスーパーマーケットの現地視察の様子

## 事例②：販路開拓の推進

### 取組内容

- 海外バイヤーを市場に招へいし、産品紹介・商談に加え、産地視察等を実施  
（成田市公設地方卸売市場、大阪市中央卸売市場東部市場、大阪鶴見花き地方卸売市場、大田市場、愛知豊明花き地方卸売市場）
- BtoC向けの博覧会やBtoB向けの展示会に出展  
（大阪鶴見花き地方卸売市場、愛知豊明花き地方卸売市場）
- 小規模から大規模まで合わせて、年に3～10回程度、現地の大手卸売業者の店頭を活用した展示商談会を実施  
（大阪鶴見花き地方卸売市場）
- EUの卸売市場・卸売業者と連携し、日本産品(水産物・青果物)の輸出拡大を図る（成田市公設地方卸売市場）
- インドネシア・カナダ・中東等の新興市場での試食展示会、鮮度保持技術を活用した野菜の販売促進をシンガポールで実施  
（大田市場）
- インターネットを活用した海外向け日本産花き提案システムを構築（愛知豊明花き地方卸売市場）
- 現地で販売促進やPR活動に参加し、実際の購入客から嗜好情報を得る活動を実施  
（大阪市中央卸売市場東部市場）
- アジアフルーツロジスティカ/ドイツのフルーツロジスティカにおいて、京野菜や果物等の出展を実施  
（京都市中央卸売市場第一市場）

### 取組の効果

- 海外バイヤーの産地視察等を通じて、日本産品の生産過程（どれだけ大事に育てられているのか、どのような工夫を行っているのか）を直接伝えることができ、輸出に結び付いた
- 博覧会・展示会等を通じて、卸売業者、実需者（生花店、デザイナー）のさらに先の層にリーチでき、購買層のすそ野を拡大することができた
  - プロのデザイナーの間では、日本の花のクオリティの良さを理解して頂くことができた
  - 展示商談会では、通常ルートでは開拓できない事業者(中小事業者含む)にもアプローチすることができた
- シンガポールの現地系小売における日本産じゃがいも・かんしょ等の需要の高さを確認
- 実際の購入客と話をすることにより、希望の価格帯や品目、大きさ、味など細かい嗜好情報を取得できた
- 「京野菜」に関して、香港の外食店・百貨店やスーパーマーケットに食い込むことに成功

### 今後の課題

- 招へい及び展示会時に、海外バイヤー向けの販促ツール（市場の年間カレンダー等）が必要

## 海外バイヤーの招へい（産地視察）



→ 米国（アトランタとセントルイス）の卸売業者を招へいし、長野県と徳島県の産地訪問を実施

- 花の育成にかけている手間暇を理解してもらうことは商談を進める上でも非常に効果的
- 日本の花きを取扱う生花店は高級店であり、主に富裕層の高級ギフトや結婚式等のパーティー会場の装飾用として購入されている

## 店頭を活用した展示商談会



→ 米国の卸売業者の店頭を借りて卸売業者向けの展示会を常時実施

→ 米国は、ニューヨーク、ロサンゼルス、マイアミ、サンフランシスコの順に取引量が多く、その4拠点を中心に近隣エリアへ取引先を拡大している

- 有望品目は全米共通で、スイートピー、トルコキキョウ、グロリオサ、枝物・葉物等  
※枝物は、大きな装飾をする際にボリューム感を出すために使用されることが多い

## バイヤーの招へい（産地視察）



- 年4回開催している商談会の時期にバイヤーを招へい
  - 平成29年度は9月に香港、シンガポール、ドバイ、ウラジオストのバイヤーを招へいし、産地視察を実施
- 1月には「華フェスティバル」と題し、商談会を実施
  - インドネシア、フィリピン、ベトナム、ドバイ、オーストラリア、ロシア（モスクワ、ウラジオストク）の6か国7都市から、切り花を扱うバイヤー中心に招へい

- 香港での有望品目は高品質・高価格の商品
  - 鉢物
    - ✓ オランダからの輸入物がメインで出回っており、日本から輸出できるものはそれよりも高品質なもの
    - ✓ 品種によってはヨーロッパ産のものもあり、同品種のものだと欧米のほうが人件費も安く、場合によっては輸送費も安いいため、太刀打ちできない
    - ✓ 日本からは、欧米からの輸入とバッティングしないものや、おおざっぱな欧米品と比べて日本の匠の技が生きているものを輸出している
  - 切り花
    - ✓ 業務用がメイン（三ツ星ホテルのラウンジ装飾や、香港に近いマカオのカジノ街の装飾、富裕層のブライダルや春節時の自宅使用等）  
※海外のブライダル時の生花装飾は日本のものとは次元が違うため、写真を生産者に見せると関心を得られる
- 香港やシンガポールでの鉢物に対する需要は、シーズン関係なくだいぶ安定するようになった
  - 切り花は、夏の間は傷みが早いため、ピークは年末から3月くらいである

## 【ロシア（モスクワ）】Flowers Expo2017



→ ロシア（モスクワ）のFlowers Expo2017に出展

## 【オランダ】IFTF2017



→ オランダのIFTF2017に出展

- 興味を持ってもらい、コンタクトのあった顧客にテストマーケティングとして商品を送るケースもある



## バイヤーの招へい（生産現場等視察）

日時： 平成29年3月15日(水)～16日(木)



→ EUの卸売市場の入場業者等9名のバイヤーを日本に招待し、日本産農水産物の生産現場、加工流通過程を視察

- 【青果班】イチゴ農園、さつまいも加工貯蔵施設、築地市場青果部等
- 【水産班】銚子漁港、築地市場水産物部、水産物加工施設等

- 平成28年3月に招へいたフランス・ランジス市場の大手卸売業者と成田市公設地方卸売市場の卸売業者がMOUを締結し、海外の卸売市場の流通を活用した日本産水産物の輸出拡大を図っている
  - 8月末にフランスから3名が日本を訪問、9月には日本からフランスのランジス市場を訪問、11月に試験販売・調査を実施
  - 日本の水産物は生で食すことを前提として水揚げされているため、生で食することができる品質の魚として関心を得られており、現地の寿司店・フランス料理店等への販路が期待できる
- ドイツについて、フランクフルトの青果物の卸売業者とはまだMOUの締結には至っていないが、2月7日～9日に開催される“FRUITS LOGISTICA 2018”に合わせて、試験輸出を実施予定
  - 日本産かんしょ等への高い関心を確認している



### ランジス国際卸売市場 <世界最大の卸売市場>

フランスパリ中心部から約7km

市場面積 約234ha

取扱品目 農水産物、食肉、花き

入場業者 1200社

年間売上高 約90億ユーロ



## インドネシア（ジャカルタ）



- 今後の輸出拡大が期待できるインドネシアにおいて、ホテルのボールルームでの試食展示会を実施
- 合わせて、輸入規制緩和に向けて現地農業省・海洋漁業省との意見交換を実施（フォワダー同行）

## シンガポール

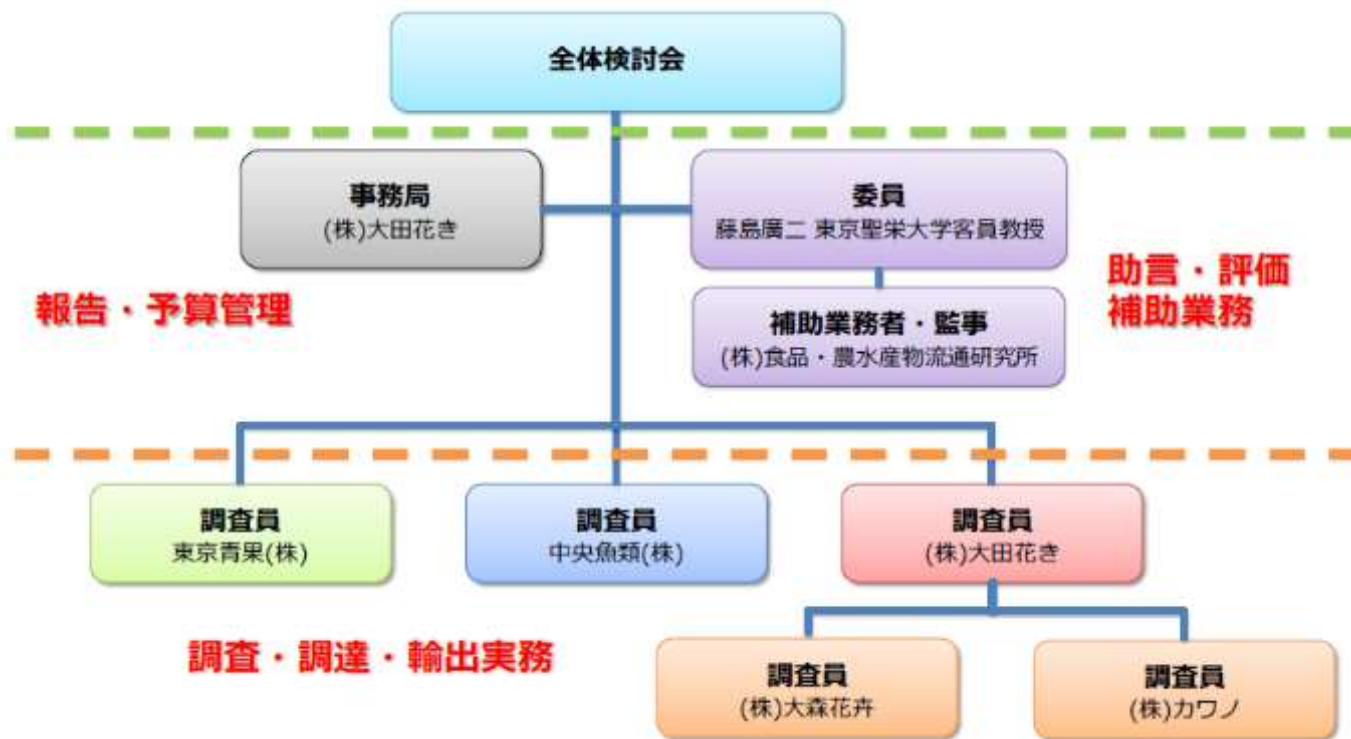


- 野菜(かんしょ・じゃがいも・トマト等)を中心に、現地系小売におけるアッパーミドル層向けの販売にトライすべく、商業施設での試食展示会を実施
- 合わせてコンテナ輸送試験、市場での事業者向け試験販売（仲卸同行）を実施

2月～3月にかけて、中東(サウジ・オマーン・カタール・UAE)、カナダ(バンクーバー)での試食展示会も実施。

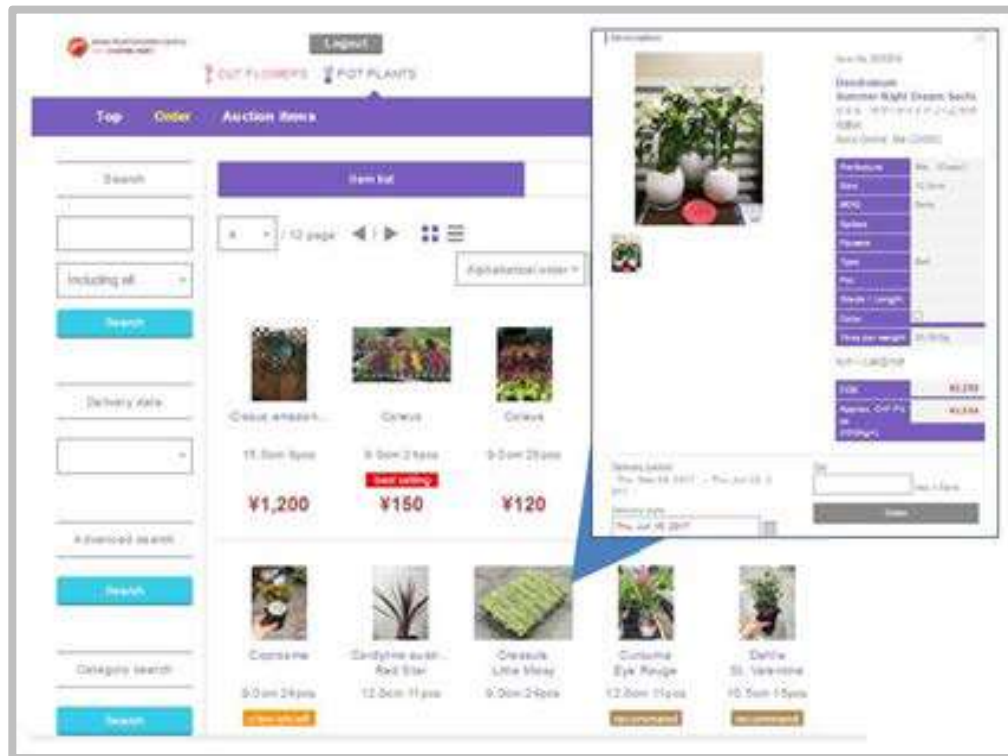
青果、花卉、水産の都内最大手卸3社が連携して輸出に係る情報収集等を実施し、大田市場をハブとした輸出取組を推進。

東京都生鮮物輸出協議会（TOPEX）組織図



- 発足時の上記組織に、委員として、フォワダー4社（日通(株)、NAX JAPAN(株)、郵船ロジスティクス(株)、伊藤忠ロジスティックス(株)、オブザーバーとして、東京都中央卸売市場管理部市場政策課、東京国際エアーカーゴターミナル(株)（TIACT）が加わった

- インターネットを活用した日本産花き提案システムを構築
  - インターネットで日本産花きの提案・受注を行うことができる仕組みを構築し、多種多様な花きの提案と受注体制を整備
- 2017年3月に試験導入、4月に香港で本格導入、5月から国を順次拡大
- 花の輸出には、梱包料、加工費、検閲・事務手数料等、様々なコストが上乗せされるが、システムではそういったコストを含めた価格が表示される



- これまでは、メールでのやり取りで各国（ドバイ、ヨーロッパ、ロシア、オーストラリア等）と個別に対応



- システムの活用により、海外バイヤーの利便性の向上はもちろん、社内業務においても受注情報も各産地担当へ直接情報が届き、業務の効率化と迅速化を実現**

## ASIA FRUIT LOGISTICA 2017



- 京都市中央卸売市場第一市場の関係者と共同で、香港のアジア最大の青果物国際展示会に、卸売市場として継続的に出展し、国産果実や京野菜の販促等を行い、輸出を拡大
- 市場開設者(京都市)と卸売業者、仲卸売業者が連携し、市場が一体となって輸出に取り組むことで、集荷力、安定供給力、信頼性といった卸売市場の強みを活用
- 場内事業者と取組状況を共有・定期的に意見交換を行う機会を設けており、場内での情報共有と事業者の意欲向上を実現

## 出展商品

### 京野菜等

- 九条ねぎ、万願寺とうがらし、賀茂なす、紫ずきん、京丹波大黒本しめじ、京みず菜
- さつまいも（なると金時）

### 果物

- 京たngo梨、桃（幸茜）、メロン（アールス）、
- ぶどう（藤稔、シャインマスカット）
- りんご（サンフジ）

### 加工品

- 国産ドライフルーツ
- くるみ加工品（抹茶くるみ）

### 加賀野菜（石川）

- 加賀れんこん
- 加賀太きゅうり
- さつまいも（五郎島きんとき）