



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 (トーランス)
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、ウラジオストク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

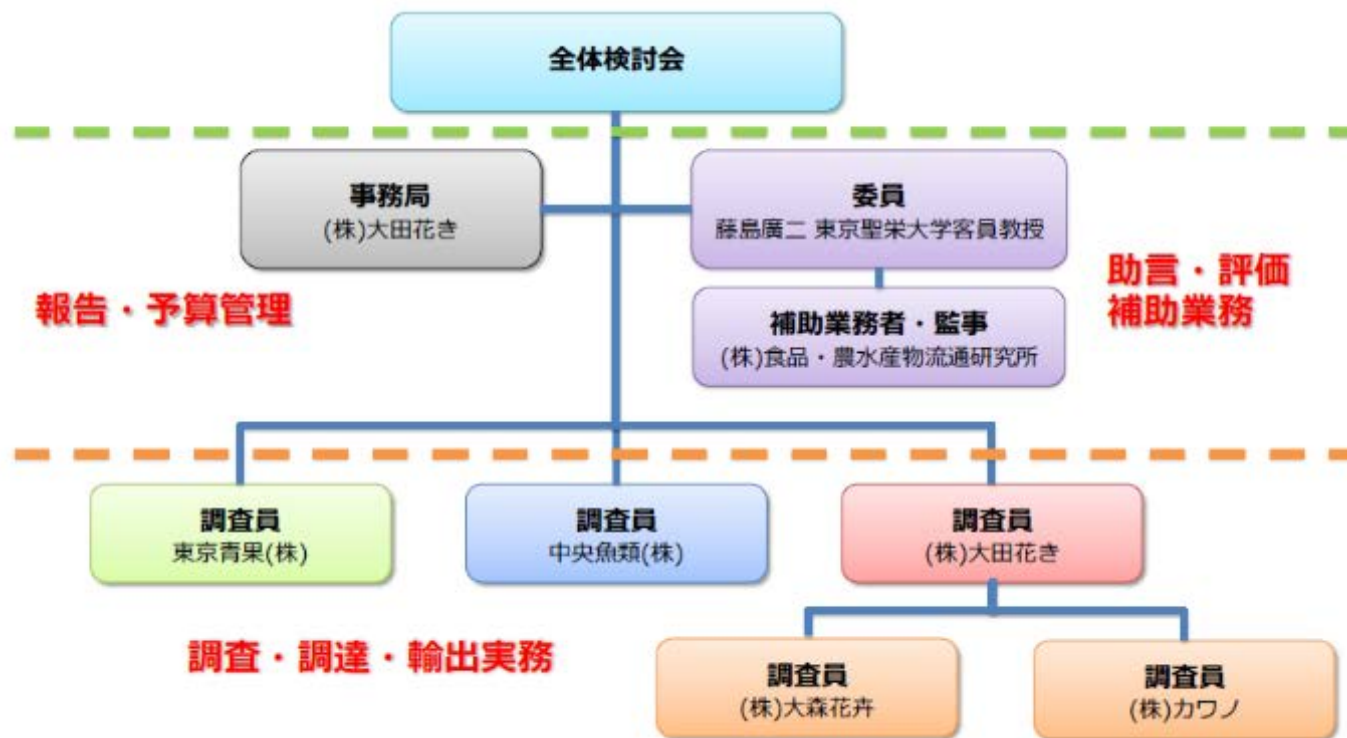


- 野菜(かんしょ・じゃがいも・トマト等)を中心に、現地系小売におけるアッパーミドル層向けの販売にトライすべく、商業施設での試食展示会を実施
- 合わせてコンテナ輸送試験、市場での事業者向け試験販売（仲卸同行）を実施

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。

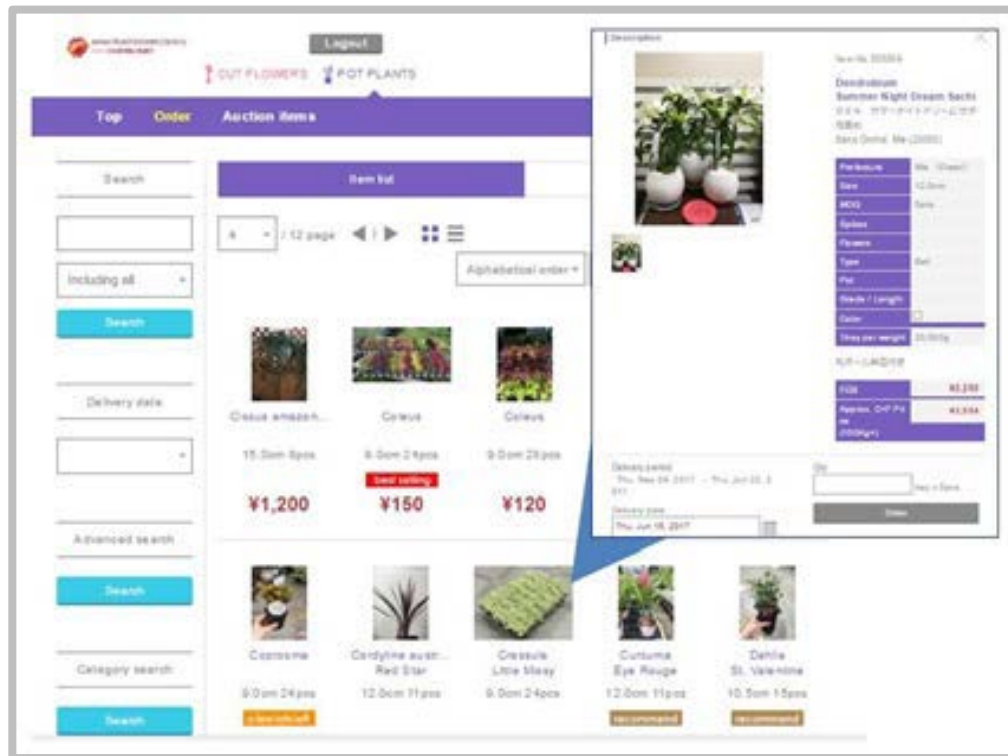
青果、花卉、水産の都内最大手卸3社が連携して輸出に係る情報収集等を実施し、大田市場をハブとした輸出取組を推進。

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）

「京野菜」等の展示状況



大黒本しめじ



九条ねぎ



紫ずきん



なると金時



京みずな



万願寺とうがらし



賀茂なす

- 強みである「京野菜」を切り札として、現地の百貨店やスーパーマーケットに食い込むことに成功
- 平成29年度はドイツのフルーツロジスティカへの出展も行い、京野菜、加賀野菜、信長ねぎ等の展示を行うとともに、現地の日本食店への取扱提案を実施

➤ かんしょの甘味等を含めてEUにおいても日本産への高い評価を確認

香港の飲食店で京野菜メニューを作成し商品化するとともに、現地の幼稚園等において京野菜を利用した試食イベントや販促イベント等を開催。

香港の飲食店・幼稚園等でのイベント



- 川下対策として香港の飲食店で京野菜メニューを作成し商品化するとともに、現地のインポーターと連携し、百貨店やスーパーマーケット、料理教室、幼稚園等において京野菜を利用した試食イベントや販促イベント等を開催。

事例③：輸出手続きサポート

取組内容

- 植物防疫官を市場に呼び、市場内での検疫検査（出張検疫）を実施
（成田市公設地方卸売市場、大阪鶴見花き地方卸売市場、愛知豊明花き地方卸売市場）
- 農林水産省との使送契約を締結し、市場管理事務所での輸出証明書の交付を実施
（成田市公設地方卸売市場）

取組の効果

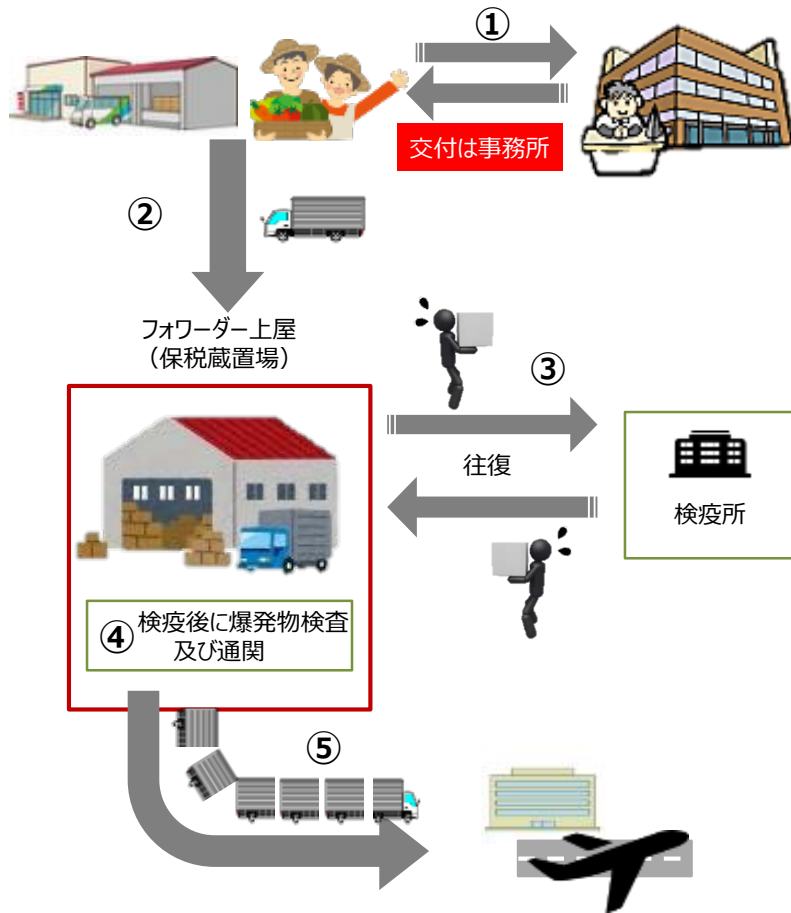
- 出張検疫により、輸出までの時間短縮が実現し、出荷をスムーズに行うことが可能となった
- 空港で検疫検査に引っかかった場合は廃棄の可能性があるが、市場内であれば国内販売に切り替えることが可能であり、ロスの削減に繋がった

今後の課題

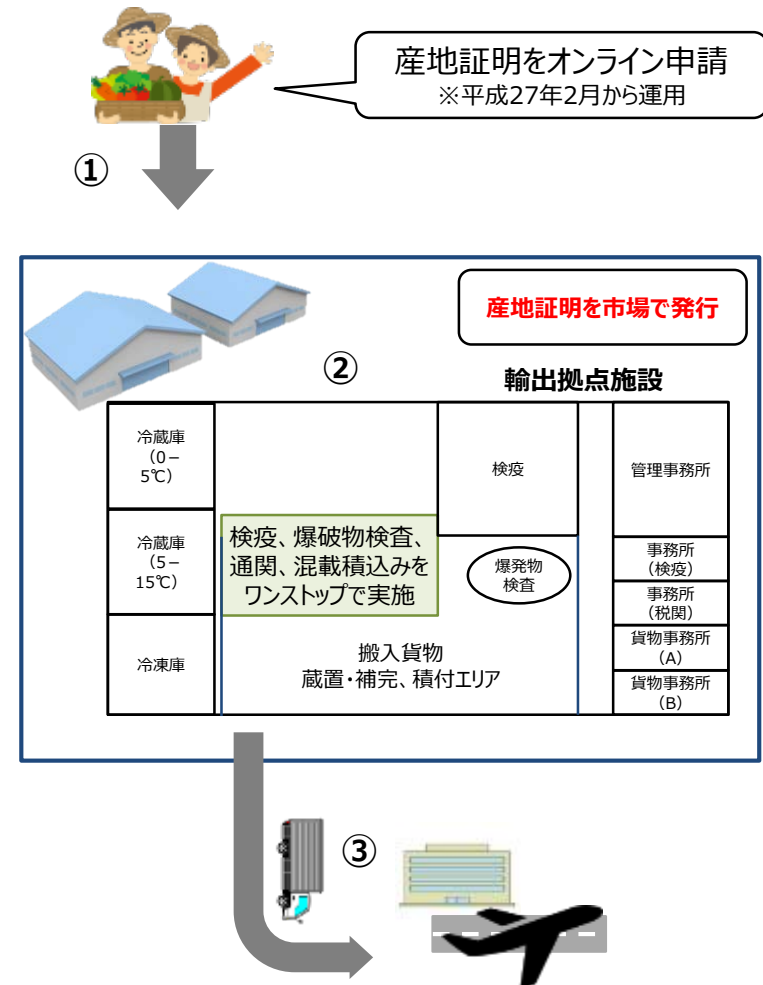
- 輸出に必要な書類の取得に手間が掛かる
（例：原産地証明書は商工会議所で発行）
- 輸出に必要な書類のオンライン発行の在り方を検討する必要がある
- JETROや農水省のような公的に提供されている書類情報と実際に現地インポーターから求められる書類にギャップが生じている

ワンストップ化で輸出手続き(輸出証明書申請から通関終了まで)を3日程度とすることを 目指している(現状4日~7日程度)。

現状



将来像



事例④：大ロット・鮮度保持・混載輸送推進

取組内容

- 鮮度保持に関する実証実験を実施
 - みかんを窒素梱包して酸素と二酸化炭素濃度を調整してシンガポール、香港に輸送し着荷検証実験を実施（大阪市中央卸売市場東部市場）
 - 鮮度保持処理をした産品としていない産品で船便輸送した場合の比較実験を実施（京都市中央卸売市場第一市場）
 - CAコンテナを活用した試験輸送を実施（愛知豊明花き地方卸売市場）
- シンガポールでの試食展示会向けに生鮮三品を共同で空輸を実施（大田市場）



→大阪市中央卸売市場東部市場による着荷検証実験の様子

取組の効果

- みかん、ぶどう、桃など出荷が終わった商品を長期保存して時期をずらして販売できる可能性がみられた
- 比較実験の効果については今後検証
- 混載輸送により、デッドスペースを減少させることができ、輸送コストの低減が可能となった
- 鮮度保持処理をした産品/していない産品に関して、インポーターの保冷库着の時点では、顕著な差は認められなかった

今後の課題

- 鮮度保持に関する実証実験について、品目や回数が少ないため、安定的な効果があるかの答えを出すのにまだ時間が必要
 - 今後、最終消費に至る段階までの鮮度保持に関する継続検証が必要
- 現状はテスト輸送の段階であり、実商流を意識した鮮度保持に関する実証実験を継続することが必要
- 輸送先が同じであっても、複数の仲卸売業者の商品を混載することは困難
 - 引き続き、他品目との混載輸送を検討する必要がある

鮮度保持処理をした製品としていない製品で船便輸送した場合のインポーターの保冷库着の時点では、顕著な差は認められなかった。



今後、最終消費に至る段階までの鮮度保持に関する継続検証が必要。



→ シンガポールでの到着状況（コンテナ搭載から18日後）



→ 香港での到着状況（コンテナ搭載から9日後）

※結果は現在検証中

©Accenture 2018. All Rights Reserved.

事例⑤：代金決済リスクサポート

取組内容

- 代金決済リスクの回避策として、カード会社/保険会社にヒアリングを実施
(成田市公設地方卸売市場、大田市場)
- 海外向けの情報発信・受発注システムの構築を検証
 - 国内決済サポート等を付け加え、システム運用コスト含めて、運用方法は今後の検討事項
(成田市公設地方卸売市場)
- 海外との契約に関して、香港やシンガポール等でのこれまでの安定した取引経験をベースに、JETROのサポートを受けながら、契約書のひな型を作成
(愛知豊明花き地方卸売市場)

取組の効果

- (具体的な取組については、今後実施予定)

※現在、輸出を行う際は、輸出業者を介すケースが一般的であり、生産者や卸売市場としてのリスクは少ない

今後の課題

- 保険加入のコスト、輸出の都度保険を掛ける手間に鑑みて、輸出実務において保険加入が現実的かどうか検討が必要
- 花は少量多品目であるため、一品一品に対して保険をかける現在の保険の仕組みは合わない
 - 例えば、年間取引額に対する保険があると活用し易い
- 与信情報が分かるようなサービスがあれば有用ではないか
- 貿易保険を含めて、代金決済リスクの回避策を継続検討する必要がある

事例⑥：コンテナヤード等の整備

取組内容

- 鮮度保持機能、荷ほども等の作業場を含む輸出用の新施設を設立(平成30年1月)
(大阪鶴見花き地方卸売市場)
- 市場内に輸出を対象とした保冷库・加工施設内の空調設備を導入
(愛知豊明花き地方卸売市場)
- 市場内バンニングを定期化してパレタイズ、バンニング技術を上させ輸出货量拡大を図る
(大阪市中央卸売市場東部市場)
- フォワダーのNAX JAPANが市場近くに生鮮物輸出専用センターを開設、輸出専用施設として市場機能の一端を担う
(平成29年7月) (大田市場)
- 新市場の設計の中で、高機能物流拠点棟を設置し、輸出をワンストップで行う施設、加工施設、冷蔵冷凍庫を設置予定(2020年の供用開始を目指す) (成田市公設地方卸売市場)



→大阪市中央卸売市場東部市場でのバンニング様子

取組の効果

- 作業が一か所に集約されたため、作業時間が30-40%短縮
- 保冷库・空調設備の導入により、一次製品の輸送～加工～保管までのコールドチェーンの確立が可能となった
- 夏場の苛酷な環境下でも、コールドチェーンを切らさずに梱包作業や検疫・通関手続を行うことが出来るようになった
- 商品の市場集約が進み、コンテナに空いたスペースがあれば商品を追加するなど物流量が増加した

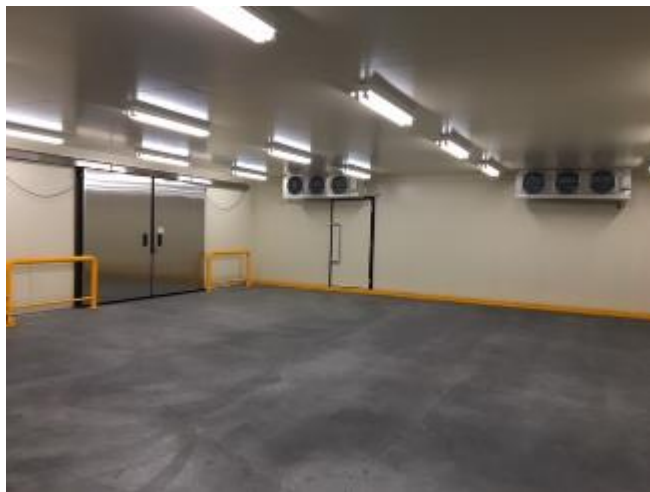
今後の課題

- 現在の輸出货量でも、導入した保冷库は手狭であるため、輸出货量の増加を見据えた、施設拡充を検討する必要がある
- 夏など気温の高い時期のバンニングへの対応が必要
- 商品の冷し込みなどを徹底して温度管理を徹底する必要がある
- 市場内設備に比べて費用が掛かるため、輸出事業者の負担が大きくなる
 - 輸出货量拡大やロス率低減に繋げるため、鮮度保持機能付冷蔵庫の活用を検討する必要がある

- 平成30年1月に、大阪鶴見花き地方卸売市場の隣接地に切り花の輸出対応型施設を整備
 - 農畜産輸出拡大施設整備事業の補助金を活用して整備
- 切り花の保冷や除湿、殺菌、梱包までを1カ所に対応し、花を傷めず短時間で長期出荷に向けた作業が可能となり、作業時間が30-40%短縮
 - これまで課題となっていた作業の効率化が改善
- 日本の花き卸売市場では珍しい差圧式予冷庫を設置



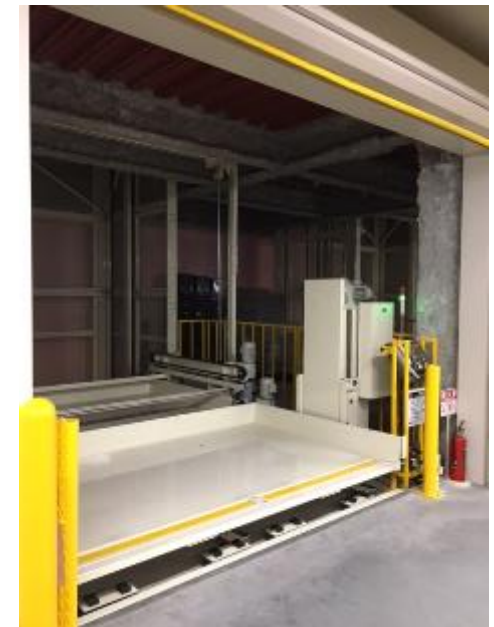
→ 新施設“Hana Ko”の外観



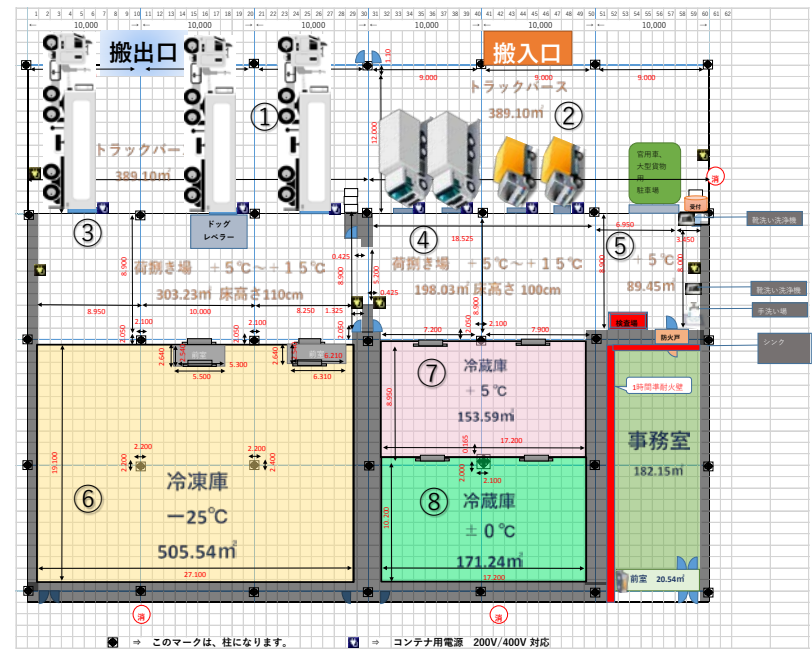
→ 施設内全体が低温になっている



→ 切り花の梱包等を行う作業場



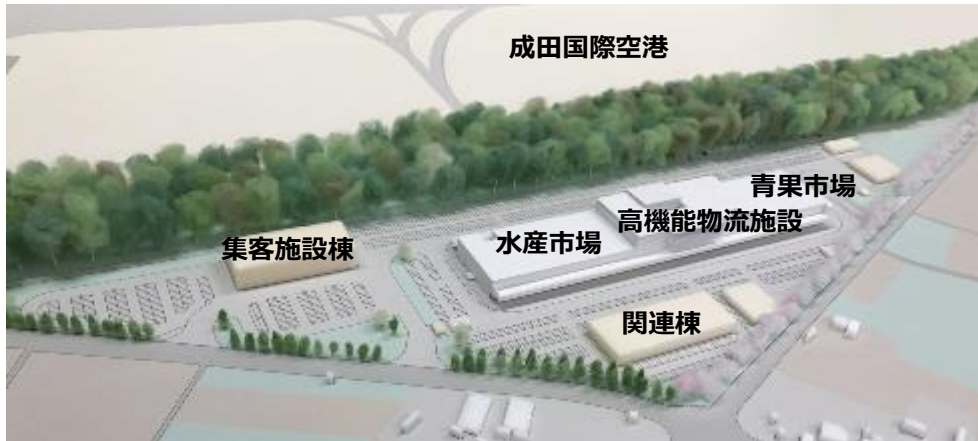
- 平成29年7月に、農水産物・食品専門のフォワーダーであるNAX JAPAN(株)が、モノレール流通センター駅近くに保税蔵置場の運営を開始、青果物の積み卸し、仕分け作業、運搬、蔵置等の税関手続が迅速にできるようになった
- 特に国際海上貨物輸送に適した設備を充実させ、青果物の一時貯蔵に関して、スーパークーリングシステムを活かした高機能鮮度保持技術を採用、農水産物輸送の品質向上に繋げている。近接する大田市場の保管機能として、輸出に取組仲卸により積極的に活用されている



センターの外観（左）
鮮度保持技術を採用した冷蔵庫（右上）
保税倉庫内での植検の様子（右下）

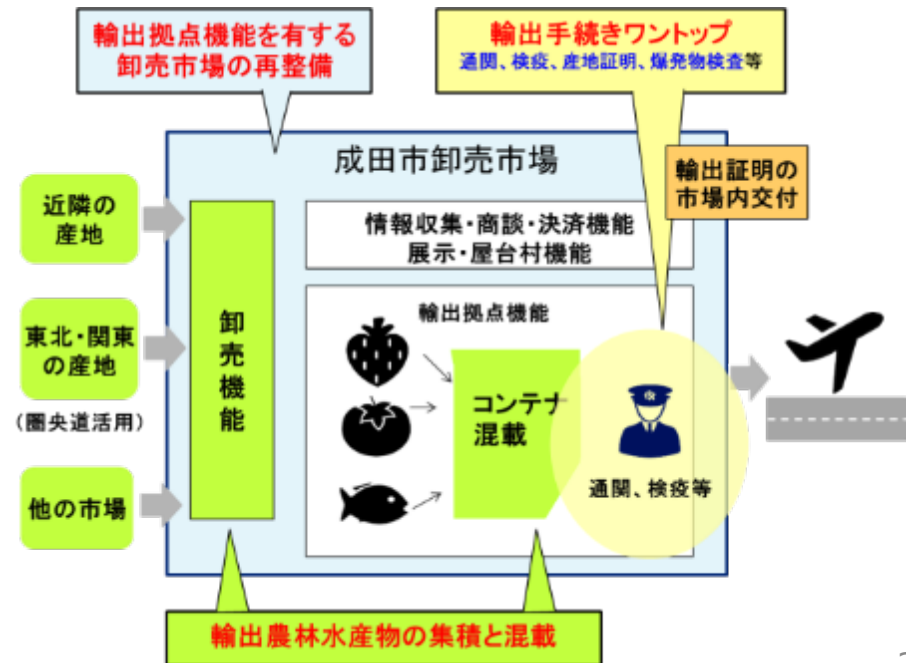


新市場のイメージ



- 2020年の完成・供用開始を目指し、輸出に必要な手続きをワンストップで実施する拠点や加工施設等、市場機能を強化する“高機能物流拠点”の検討が進んでいる
 - 各種輸出証明書や検疫、爆発物検査、税関など輸出に必要な手続きが、基本、当拠点 1 か所で可
 - 成田市場を拠点に輸出を行う商社等のための施設を設置

- また、卸売市場に併設予定の集客施設棟は海外旅行者等への日本の農水産物・食文化を発信する“情報発信拠点”を目指す
 - 主に海外旅行者や地元消費者に向けた小売向け食マーケット。地元の生鮮品を中心に、全国の農水産物を取り扱うショーケース的な役割を担う
 - また、物販だけでなく、カフェ・飲食や料理教室の運営を通じて、海外旅行者に正しい日本食文化を伝えることを目指す
 - お土産の利便性向上／潜在需要の掘り起こしに向けて、帰り便に合わせて、成田空港で商品が受け取れるサービスも実施する



Business meeting sheet

Product information

Product name			
Season		Expiration date	
Main ingredient origin		JAN code	
Volume		Suggested retail price (tax included)	
Number per case		Storage temperature range	Select <input type="text"/>
Order lead time		Restrictions on sales area	<input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/> Yes→
Minimum delivery unit		Case size(cm)/weight(kg)	Depth x Width x Height Weight
Authorization and approval of certification facilities (products, factories, etc.)	<input type="checkbox"/> Organic JAS <input type="checkbox"/> ISO <input type="checkbox"/> HACCP <input checked="" type="checkbox"/> GAP <input type="checkbox"/> Other→		

Target	Seller	<input type="checkbox"/> Food service <input type="checkbox"/> Trading, Wholesale <input type="checkbox"/> Maker <input type="checkbox"/> Retail <input type="checkbox"/> Hotel, banquet, leisure <input type="checkbox"/> Other→
	Customer (Gender / age group etc.)	
Usage scene (How to use - Recommended recipes etc.)		
Product Features		

Product Photo

Photo① (Attach a picture that shows the whole product)	Photo② (Attach pictures so that you can read the actual characters)
Allergy labeling (specified ingredients)	
<input type="checkbox"/> Shrimp <input type="checkbox"/> Crab <input type="checkbox"/> Wheat <input type="checkbox"/> Soba <input type="checkbox"/> Egg <input type="checkbox"/> Milk <input type="checkbox"/> Peanuts	

Company

Company name			
Annual sales		number of employees	
Representative			
Message			Photo
HP			
Company address			
Factory address			
Person in charge		E-mail	
TEL		FAX	

Manufacturing process (Appeal point)

Photo	Photo	Photo

Quality control information

Product inspection	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Yes→				
Approach to hygiene management	Manufacturing process				
	Employee				
	Facility equipment				
Crisis management system	Person in charge	Name		TEL	
	Record				