

平成19年度みなぎる輸出活力誘発委託事業（野菜及び果実の輸出促進）の進め方

19.8.29

検討内容

1. 輸出実行プランの策定

国内産地における輸出事例の調査や輸出先国での販売状況調査を通じて、

国内産地の連携による品目別輸出実行プランの策定

野菜：台湾、香港、シンガポール

果実：台湾、香港、タイ

2. 日本産果実マークの策定・導入の検討

日本産果実の高品質、安全・安心をイメージさせる国内産地を超えたジャパンブランドとしての果実輸出マークの策定

既存ブランドマークとの役割分担、マークの管理運営方法について明確化する。

既存ブランドマークの商標登録の検討

3. 広報戦略

輸出相手国別に野菜、競合する輸出国の戦略・手法、消費者嗜好・行事などを分析し、ターゲットを明確にした効果的な広報戦略づくり

<ターゲット> 現地富裕層、在留邦人、主婦など

委員会のスケジュール

8月29日(水) 第1回委員会

- ・方針の決定（重点検討課題の検討）
- ・国内・海外調査先、内容の決定
- ・品目別輸出実行プラン（課題の検討）
- ・日本産果実マーク案についての検討
- ・広報戦略（課題の検討）

9月 第2回委員会

- ・品目別輸出実行プラン（対応方策の検討）
- ・広報戦略（対応方策の検討）
- ・日本産果実マークの決定

（8月～11月）

委員・事務局による

- ・国内産地調査：生産、流通、輸出の実態調査、課題・方針
- ・海外調査：流通、販売、競合産品の実態調査、広報のあり方

1月 第3回委員会

- ・品目別輸出実行プラン（具体策の検討）
- ・広報戦略（具体策の検討）
- ・調査結果の分析

3月 第4回委員会

- ・事業成果報告の検討

・輸出実行プラン

国産野菜・果実のリスクの少ない輸出体制の整備

国内輸出産地は代金回収リスクを解消するため国内卸・仲卸・貿易会社と取引することが多い。

- ・ A 農協 の例 J A （県連） 卸 仲卸 輸出会社
- ・ B 仲卸会社 " J A （県連） （卸） 仲卸（輸出会社兼務）
- ・ C 貿易会社 " J A （県連） 貿易会社

共同出荷体制へのアプローチ

イメージ：C 貿易会社・D 県本部・E 卸会社と連携した輸出

* 単品輸出だけでなく品揃え効果あり

* 輸入側も単品ばかりを求めている訳ではない

物流の一元化(定期的な混載コンテナの活用)、信用保証

船便の活用によるコスト削減

出荷期間の延長

品目：梨、桃など

産地連携による出荷期間の延長の可能性

安全安心農産物の推進

安全・安心の確保、県を超えた品質保証システム

海外店舗利用のあり方

常設店、日系百貨店・スーパー、現地資本スーパー

* 輸出実行プランは輸出品目、対象国の拡大についても対象とする

・広報戦略

果実のジャパンブランドマークの策定

県段階のブランドから品目別ジャパンブランドマークの策定

当面「果実の統一マーク」を9月までに作成する

マークの持つ品質保証が必要か、必要なら誰が行うか（団体保証か、自主監査か、基準など）

商標登録の検討

ターゲット相手国、品目、手法

広報手段・手法、広報媒体。他国の広報と比べてどうか。

食べ方、調理法、日本文化の普及（年間を通じた商品・日本食の宣伝）