



GFP優良事例

大吉農園（鹿児島県）

業種：生産者（専業） 生産規模：1億円

輸出品目	輸出先国
キャベツ	X
	タイ
	香港
	台湾
	シンガポール

GFP訪問診断を契機に1年以内で輸出を実現

輸出取組

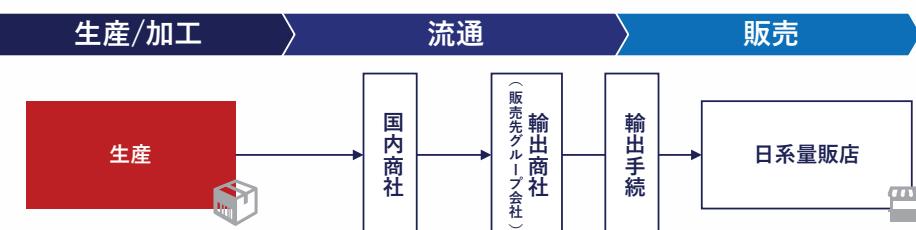
輸出の背景/経緯

- 2014年に、シンガポール在住の知人より、現地で販売されている日本産キャベツの品質状態を聞き、輸出意欲が高まる
- 2019年2月、GFP訪問診断を実施。その後、GFP超会議 in Tokyoに参加し、輸出に向けた認証取得や商談会等の情報を把握
- 2019年9月、鹿児島県で開催された商談会に初参加し、現在の取引先から引き合いを受ける
- 2019年11月、流通業者とマッチングし、シンガポール向けにキャベツの輸出を開始
- JGAP、ASIAGAPver2.2を取得することにより輸出先国のニーズに対応

輸出取組内容

- 輸出当時から、1回に500ケース分の生鮮キャベツを定期的に輸出しており、現在は輸出先国も着実に増加し、シンガポール・香港・タイ・台湾向けに、週1回定期的に輸出
- 海上輸送のため、店舗に届くまでに2週間～1ヶ月を要することから、品質保持への対応に細心の注意を払っており、梱包用ダンボールも輸出仕様に変更
→ 輸出先の商品サイズや梱包個数に応じるため、栽培品種の検討と生産計画を見直し
- タイ向け等、一部輸入規制が厳しくなっている国への対応として、虫の混入や少量でも土が付着しないように収穫後の検品をより強化
- 輸出拡大に向けて生産量を拡大する方針であり、新たに大型冷蔵庫を導入する計画
- 商談会で栄養成分分析表を数値で提示し差別化

輸出モデル



丁寧な土作りとIPM（総合的病害虫・雑草管理）を用いた農法で育てたASIAGAP取得済みのキャベツは、安心・安全だけでなく、安定生産・安定供給できるところが最大の強み

長時間の輸送による品質低下・損傷を低減させるため、外葉を多めに残すことで鮮度保持・変色防止の対策に取り組む。また、輸出向け包装は国内向け包装よりも強度が高いダンボールを使用

取引先の意見を踏まえて、見栄えが良く陳列ができるよう、玉揃い・彩りを意識したキャベツを選定。シンガポールの販売先では、2020年1月に1万個が完売するなど、海外消費者からも高評価

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

0円

+2,750万

GFP参画後(2021年)

2,750万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

積極的な行動で輸出を“知る”から“する”までを達成

課題1

輸出経験が無いため、輸出に向けて何から始めれば良いかわからない

課題2

実際に輸出をする上で、商品の荷姿や梱包の方法・注意点を知りたい

課題3

輸出に取り組む方々から刺激をもらい輸出に向けて本格的に取り組みたい

GFP訪問診断

GFP訪問診断で輸出の“イロハ”を学ぶ

農水省・ジェトロ職員から、規制情報や海外ニーズの傾向、商談会・展示会を活用した販路開拓などのアドバイスを受け、輸出に向けて取組開始



訪問診断の様子

関係機関等とのネットワークを活用

初めての輸出の際に、GFPを通じて連絡先を把握した全国植物検疫協会の専門家から直接指導を受け、トラブルなく無事に1回目の輸出が成功



直接指導の様子

GFP超会議

国際的な認証取得の必要性を把握

ASIAGAP取得の重要性や、認証取得に向けて商談会参加の必要性を知り、後日商談会に参加。商談会を通じて現在の販路を構築



GFP超会議・商談会の様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFP参画をきっかけに、輸出に関して漠然としたイメージしか持っていたなかった状態から、1年以内に輸出を実現しました。更なる輸出拡大に向けて、生産量の拡大と集出荷設備の拡充を図ると伴に、これまで通り、取引先のニーズを把握し、海外のお客様の喜ぶ顔を思い浮かべながら、鮮度が良く・品質の高いキャベツ生産に励んでいきます。



大吉枝美 様



GFP優良事例

垂水市漁業協同組合（鹿児島県）

業種：漁業協同組合 取扱金額：45億円

2022年 選定

輸出品目

カンパチ X
米国
カナダ
シンガポール
タイ
香港 等

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

4,000万円

+4,000万
(200%)

GFP参画後(2021年)

8,000万円

日本一のカンパチ生産量を誇る漁協として輸出拡大を牽引

輸出取組

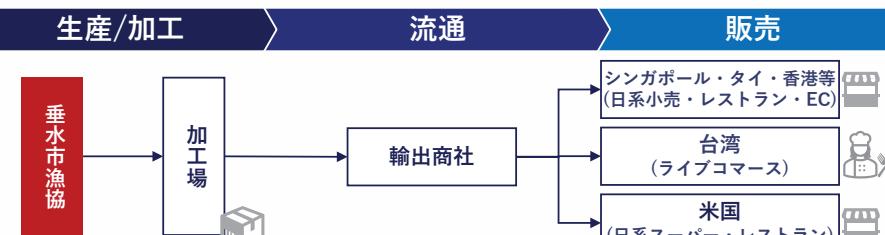
輸出の背景/経緯

- 国内カンパチ養殖数約600万匹の内、約25%の稚魚を垂水市漁協にて育成。日本一のカンパチ生産量を誇る
- 国内市場を奪い合うのではなく、海外市場に目を向けることで生産者の手取り安定化を目指し輸出に取組む
- 2016年にシンガポール向けに輸出を開始(現地高級料理店向けが中心)
- 大型カンパチ(5-6kg)は、日本では値下げの必要があるが、米国向けには通常価格で販売できる点に着目し、米国向けの輸出を拡大
- 輸出パートナー探しを目的にGFPイベントに参加し、協力なパートナーとのマッチングすることで生産～販売を一気通貫で行う体制を構築
- 今後は生鮮に加えて、冷凍カンパチの輸出を拡大を検討

輸出取組内容

- 2021年、最新技術を導入した加工場を新設。品質の向上・認証取得を推進したことでの衛生面の評価が高まり、輸出拡大の契機となる
- GFPマッチングイベントの繋がりを活用することで販路が拡大、台湾や米国を中心に海外の販促活動が加速
- 海外シェフと連携した“マーケットイン”的メニュー開発に取組み、現地の声を反映することで消費者の嗜好に合わせた商品を開発
- 台湾向けライブコマース販売や青果物・加工品・醤油とのコラボ販売に取組み、“ALL 鹿児島”による産地一体のプロモーションを実施
- サステナビリティへの配慮として、データに基づいた適切な量を給餌することで餌のコストや漁場環境への負担を軽減
- 産地・商品のプロモーション動画を作成し、現地消費者に生産ストーリーを届けることで、消費者の“体験価値”を向上

輸出モデル



輸出量の増加に対応するため加工場を改築。冷凍庫も約2倍に拡張することで冷凍カンパチの輸出拡大を目指す。加工場では技能実習生の積極的な受入も行い、多様性を追求

温度管理に注力し、通常より長い時間の冷蔵時間を確保、保冷剤の増加により鮮度維持に取組む。輸出先国に応じ商社・港湾を使い分け、効率的な輸出物流を実現
シンガポールの大手ECであるRedmartや台湾のライブコマースにて家庭用冷凍刺身キットを販売。富裕層向け販売が中心のため、今後は現地の一般消費者が手に取りやすい価格での提供を目指す

GFPを活用した輸出成功ポイント GFPの繋がりを通じて取引先・販路拡大の機会を創出

課題 1

海外でのカンパチの認知度を向上させるべく、現地ニーズ・消費者の意見が必要

台湾向け
ライブコマース

台湾向けにSNSを活用したプロモーション

輸出商社とのマッチングにより台湾輸出を開始。ライブコマースを活用した販売を実施し、現地消費者のカンパチの認知度を向上



LIVEで調理・商品説明を行い
視聴者に商品を販売

課題 2

現地消費者に産地の魅力を紹介することで、新たな市場を開拓したい

GFP輸出産地セミナー
・PR動画制作

生産ストーリーに訴求したPR動画制作

生産現場の様子、生産者の想いを伝える動画をGFPと協力して作成し、PRに活用。輸出産地セミナー講師としても登壇し輸出取組を紹介



輸出産地とカンパチの
動画プロモーション

課題 3

産地一体で多品目と連携したプロモーションにより付加価値を向上させたい

GFPネットワークを活用した開発・PR

"ALL 鹿児島×GFP"で取組む商品開発・PR

GFPネットワークを活用し、高次加工食品開発や、米国小売等の販路開拓、カンパチと合うレモン・塩・醤油とのコラボ販売に取組む



カンパチ×醤油のコラボ販売

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

垂水市漁協では若手とともに一次産業の底上げ・魅力発信に向けて積極的に取り組んでいきます。輸出に向けては、まだまたカンパチを知らない現地消費者が多いことから、認知度を高めるべく現地ニーズに合わせた商品開発、カンパチのメニュー提案を進めて参ります。今後も県やGFPと連携しながら、海外展開の戦略策定や新たな商流開拓・取組みを行うことで、カンパチの美味しさを世界に広げていきます！



秋峯 太 様