

平成22年度 農林水産物等の輸出取組事例

平成 2 2 年 6 月

農林水産省

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目	農産	畜産	林産	水産	加工	輸出先
1	北海道	北海道漁業協同組合連合会	水産物						中国、台湾、EU、米国
2	北海道	JA帯広かわにし、JA帯広大正	長いも						台湾、アメリカ
3	北海道	JA中札内	冷凍えだ豆						米国、香港、ロシア、シンガポール
4	北海道	ひやま漁業協同組合	スケソウダラ						韓国
5	北海道	ホクレン、(株)ホクレン通商	かぼちゃ						韓国
6	北海道	ホクレン、(株)ホクレン通商	LL牛乳						香港、台湾、タイ、シンガポール、中国
7	北海道	ホクレン、(株)ホクレン通商	鶏卵						香港
8	北海道	北海道ワイン(株)	ワイン						台湾、香港
9	北海道	丸ヨ吉住商店、JAたきかわ	米						台湾
10	北海道	JAピンネ、ホクレン	酒米						ノルウェー
11	北海道	JAたいせつ	精米						ポーランド
12	北海道	JAびえい	ゆり根						台湾
13	北海道	男山(株)	日本酒						21ヵ国(米、韓、豪、仏等)
14	北海道	(株)スリーピー	健康食品						シンガポール、台湾
15	北海道	JAきたそらち	米						台湾
16	青森	片山りんご(株)	りんご						各国
17	青森	青森県農林水産物輸出促進協議会・ 青森県産米輸出研究会	りんご、ながいも、米等						中国、中東、ロシア、アメリカ

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目	農産	畜産	林産	水産	加工	輸出先
18	青森	(株)ディメール	水産加工品						香港
19	青森	ハチカン事業協同組合	水産加工品						米国、香港等
20	岩手	八幡平市花き振興協議会	りんどう						オランダ
21	岩手	大船渡湾冷凍水産加工業協同組合	冷凍水産物						東南アジア、アメリカ等
22	岩手	(株)川秀	乾あわび、干しなまこ						中国
23	宮城	農業生産法人(有)伊豆沼農産	霜ふり豚肉						香港
24	宮城	(有)大永商店	納豆						アメリカ
25	宮城	ワイケイ水産(株)	冷凍銀鮭、さんま、さば等						香港、台湾、韓国、中国
26	宮城	仙台の酒屋浅野	日本酒						香港、韓国
27	宮城	農業生産法人(有)PFTサービス	米						香港
28	秋田	横手市観光協会	ぶどうジュース						香港
29	秋田	(株)メルコレディ	こめ粉麺						香港、台湾、シンガポール等
30	秋田	増田出荷会	りんご						シンガポール、台湾、タイ、香港
31	秋田	秋田県酒造協同組合	清酒						アメリカ
32	秋田	(社)秋田県貿易促進協会	米、りんご、加工食品等						ロシア、香港、台湾等
33	山形	(株)山形県食肉公社	豚肉						香港、タイ
34	山形	朝日町果樹組合連絡会	りんご						台湾、タイ

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目	農産	畜産	林産	水産	加工	輸出先
35	山形	出羽桜酒造(株)	日本酒						20ヵ国
36	福島	会津喜多方物産協会	喜多方市の特産品						中国、台湾、香港等
37	福島	JA伊達みらい	もも						台湾、シンガポール、タイ等
38	福島	まる福(株)	生麺						中国(上海)
39	福島	(株)宝来屋本店	発酵食品(あま酒等)						上海、香港、台湾、米国、ノルウェー
40	福島	会津いいで農業協同組合	米(会津コシヒカリ)						台湾
41	福島	会津みしらず柿海外輸出促進協議会	みしらず柿等						タイ、シンガポール、香港
42	茨城	木内酒造(資)	地ビール						アメリカ、ヨーロッパ等
43	栃木	(株)せんきん	日本酒						アメリカ、香港、中国等
44	栃木	第一酒造(株)	日本酒						台湾、香港、アメリカ等
45	栃木	天鷹酒造(株)	日本酒						アメリカ、台湾、香港
46	栃木	(株)東京フード	みそ加工食品						香港、中国
47	栃木	(株)パン・アキモト	パンの缶詰						台湾
48	栃木	(株)おばねや	漬物						香港、台湾、韓国等
49	群馬	群馬県農畜産物等輸出推進機構	牛肉、野菜、果実等						東南アジア等
50	埼玉	JAほくさい	米、野菜						台湾
51	千葉	(株)和郷	野菜、果物、鮮魚、米、肉等						香港、タイ

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目	農産	畜産	林産	水産	加工	輸出先
52	千葉	(有)ジツカワフーズ	殻煎り落花生						香港
53	千葉	東総食肉センター(株)	豚肉						香港
54	東京	田村酒造場	日本酒						中国等
55	東京	小澤酒造(株)	日本酒						米国等
56	神奈川	JA全農かながわ	温州みかん						カナダ
57	山梨	JAフルーツ山梨	もも						台湾
58	山梨	JAフルーツ山梨	枯露柿						台湾
59	山梨	JAふえふき	もも						台湾
60	山梨	JAふえふき	富有柿						香港
61	長野	川上村野菜生産販売戦略協議会	レタス等						台湾、香港
62	長野	JAみなみ信州	なし						台湾、香港
63	長野	信州下伊那くだもの直販(株)	市田柿、なし等						台湾、中国
64	長野	金崎 隆	白米						台湾
65	静岡	JA静岡経済連	紅ほっぺ(いちご)						東南アジア
66	静岡	JA静岡経済連	温州みかん						カナダ、米国等
67	静岡	JA静岡経済連	静岡茶						米国
68	静岡	JA伊豆の国	本わさび						香港

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目						輸出先
				農産	畜産	林産	水産	加工	
69	新潟	錦鯉養殖業者	錦鯉						各国(オランダ、ドイツ、アメリカ等)
70	富山	(有)仁光園	生食用鶏卵						香港
71	石川	JA金沢市	日本梨						台湾
72	福井	JA福井県経済連	米、すいか等						香港、台湾
73	岐阜	岐阜県農林水産物輸出促進協議会	富有柿						香港、タイ、シンガポール
74	岐阜	天領酒造(株)	純米吟醸酒(清酒)						アメリカ、中国、ロシア
75	愛知	豊橋田原広域農業推進会議	次郎柿、アールスメロン						香港
76	愛知	豊川市農政企画協議会	イチジク、イチゴ						タイ
77	愛知	(株)平松食品	つくだ煮						台湾、香港、アメリカ
78	愛知	豊田市農産物ブランド化推進協議会	梨						香港
79	愛知	豊明花き(株)	洋ラン鉢物						中国、中東
80	愛知	(株)あいや	抹茶、緑茶						独、米、英、仏、加等
81	三重	ミナミ産業(株)	豆腐						アメリカ、欧州、香港、台湾等
82	三重	紀北町商工会	ひもの						東アジア、アメリカ
83	滋賀	西びわこ農協	米						マレーシア
84	京都	宇治の露製茶(株)	日本茶						中国、香港、シンガポール等
85	京都	京都名酒会	日本酒						ドイツ、EU

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目	農産	畜産	林産	水産	加工	輸出先
86	大阪	日本花き国際化推進協議会	花き						アメリカ、ロシア等
87	兵庫	エム・シーシー食品(株)	レトルト・冷凍食品						台湾、シンガポール等
88	兵庫	沖物産(株)	佃煮(水産物)						台湾、香港、中国等
89	兵庫	(財)神戸みのりの公社	ワイン						中国、香港、マレーシア
90	兵庫	兵庫県手延素麺協同組合	乾麺						アメリカ
91	奈良	JAならけん西吉野柿部会	柿						タイ、香港
92	和歌山	和歌山県農水産物・加工食品輸出促進協議会	たねなし柿						香港、タイ、シンガポール
93	和歌山	和歌山県農業協同組合連合会	桃						台湾、シンガポール
94	鳥取	JA全農とっとり	梨、柿						台湾、香港、タイ、アメリカ等
95	鳥取	(有)AONケミカル	果実酢						台湾
96	島根	JA西いわみ	米						台湾
97	岡山	利守酒造(株)	日本酒						アメリカ、台湾、中国、カナダ等
98	広島	JA広島果実連	ぶどう、かんきつ、梨						台湾、香港、シンガポール
99	広島	賀茂泉酒造(株)	日本酒						米、英、仏、独、伊
100	山口	下関ふく輸出組合	ふぐ						アメリカ
101	山口	林兼産業(株)	魚肉ソーセージ						香港
102	徳島	徳島市漁業協同組合	シリヤケイカ(甲イカ)						中国、香港

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目	農産	畜産	林産	水産	加工	輸出先
103	香川	香川県農業協同組合 三木集荷場	いちご						台湾、マレーシア
104	香川	香川県農業協同組合 三豊みかん共同撰果場	みかん						カナダ
105	愛媛	西条食料産業クラスター協議会	青果物、加工品						タイ
106	愛媛	(株)オカベ	魚介乾製品						韓国
107	高知	高知市農業協同組合	グロリオサ(切り花)						中国、アメリカ
108	高知	酔鯨酒造(株)	日本酒						米国、欧州、アジア、オーストラリア
109	福岡	福岡県産品輸出促進協議会	イチゴ「あまおう」						香港、台湾等
110	福岡	福岡県産品輸出促進協議会	八女茶						欧州、米国等
111	佐賀	伊万里湾・アジアネットワーク事業促進協議会	梨、ハマチ等						中国
112	長崎	(株)谷川建設	在来軸組資材等						韓国
113	長崎	長崎県水産物海外普及協議会	水産物						中国
114	熊本	熊本県農畜産物輸出促進協議会	県産農畜産物等						香港、台湾等
115	熊本	JAたまな	イチゴ「ひのしずく」						香港
116	熊本	(社)熊本県物産振興協会	野菜、果実、茶等						シンガポ - ル、香港、韓国等
117	大分	ブランドおおいた輸出促進協議会	新高梨						台湾、中国、香港等
118	大分	ブランドおおいた輸出促進協議会	養殖ブリ等						米国等
119	大分	大分県椎茸農業協同組合	乾しいたけ						タイ

ページ	都道府県	事業者・生産者	品目						輸出先
				農産	畜産	林産	水産	加工	
120	宮崎	宮崎県森林組合連合会	スギ製材品等						中国、韓国
121	宮崎	J A 宮崎経済連	かんしょ、きんかん、メロン等						シンガポール、香港、台湾
122	鹿児島	日本木造住宅輸出協会	木造在来軸組住宅等						韓国
123	鹿児島	鹿児島県特産品協会	県産農水産物等						香港、シンガポール等
124	鹿児島	東町漁業協同組合	養殖ブリ						米国、台湾、香港、EU
125	鹿児島	垂水市漁業協同組合	養殖カンパチ						米国、中国(上海)
126	沖縄	(株)沖縄県物産公社、(有)山元商店	沖縄産野菜・果実						香港、シンガポール
127	沖縄	(株)沖縄県物産公社、(資)瀬底養鶏場	鶏卵						シンガポール
128	沖縄	瑞泉酒造(株)	泡盛						アメリカ、香港等
129	沖縄	(株)黒糖本舗垣乃花、琉球黒糖(株)	黒糖・加工黒糖						香港、台湾、韓国
130	全国	日本木材輸出振興協議会	丸太、木製品等						中国、韓国
合 計				67	11	6	23	42	

(注) 各取組事例のタイトルは、主な輸出品目に応じて、以下のとおりカラー区分している。

「農産物」＝緑色、「畜産物」＝赤色、「林産物」＝茶色、「水産物」＝青色、「加工食品」＝紫色、「加工食品(うちアルコール類)」＝白色

北海道漁業協同組合連合会（道産水産物を世界へ）



台湾 松青スーパー（平成21年9月）

北海道ブランドの水産物を全世界に輸出。主な水産物及び輸出先は、秋サケ(中国)、ホタテ(米国、EU)、コンブ(台湾、中国)など。

日本からの輸出量(H21年貿易統計より)

秋サケ:55千t ホタテ:10千t コンブ:601t

【輸出のきっかけ】

国内の魚価の低迷対策と国内で需要のない魚種やサイズ等の販路拡大のために輸出に取り組んだのがきっかけ。漁業者も一定の負担をして魚価の維持と安定した需給の観点から、事業を実施している。

【輸出によるプラスの効果等】

魚価の維持と安定した国内流通に役立っている。

(秋サケの単価(浜値)：平成16年 213円/kg 平成21年 317円/kg)

今後は、欧米の衛生管理基準やエコラベル認証水産物の流通動向等を含めて新規海外市場の調査を行い、輸出先国や品目の多様化を図りながら一層の魚価の維持確保を図っていきたい。

一方、「国内への水産物の安定供給」という役割も担っていく。

【ウェブサイト】 <http://www.gyoren.or.jp/>

北海道 JA帯広かわにし、JA帯広大正（長いもを台湾、アメリカへ）

薬膳・健康志向ブームから、栄養価が高く、甘みののった高品質な十勝の長いもが台湾・アメリカで好評を得ており、輸出量は年々増加。

		輸出量	生産全体に占める輸出比率
JA帯広かわにし	平成19年産	1,505 トン	8.3 %
	平成20年産	1,949 トン	10.2 %
JA帯広大正	平成19年産	1,379 トン	25.7 %
	平成20年産	1,354 トン	23.0 %



【販売戦略、工夫した点等】

JA帯広かわにし

- ・輸出専用段ボールで、国内市場から仕入れ輸出する業者との差別化。
- ・大型冷蔵施設を活用し、ロボットの導入等により流通コストを大幅削減。
- ・HACCP認証を取得し、更なる「安全・安心」を訴求。
- ・地域7農協で連携して産地を形成し、年間安定供給体制を構築。

JA帯広大正

- ・「大正長いも」として地域団体商標登録し、より消費者から信頼されるブランドへと進化。
- ・傷のつかないノンブラシ洗浄・予冷設備を整備し、良品周年供給体制を構築。



安全・安心な農産物をお届けします。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出による太物の大口需要先を確保したことで、太物の評価が上昇し、豊作年でも国内価格の下落を抑止、平作年では太物が高値で取引され、販売の安定化で、作付け面積・生産量ともに増加した。
- ・輸出実績が評価され、マスコミ等で取り上げられることにより、産地の知名度がアップするとともに、安全・安心に対する生産者の栽培技術向上の意欲が喚起されている。

【ウェブサイト】 JA帯広かわにし

<http://www.jaobihirokawanisi.jp/>

JA帯広大正

<http://www.ja-taisho.com/>

北海道 JA中札内（冷凍えだ豆を米国、香港、ロシア、シンガポールへ）



取れたての鮮緑色で甘みのある「そのままえだ豆」

米国等で日系スーパー等を中心に根強い需要があるえだ豆を輸出。

「安全・安心で良食味」と国内でも評価の高いえだ豆で中国産に対抗。市場開拓に期待。

	輸出量	生産全体に占める輸出比率
平成18年度(初年度)	930kg	1.09%
平成19年度	860kg	0.09%
平成20年度	2,700kg	0.17%
平成21年度	3,345kg	0.13%

【輸出のきっかけ】

平成19年6月に札幌で開催された「北海道産品取引商談会」に初めて冷凍えだ豆を出品したところ、品質の良さが商社の目にとまり米国への輸出が決まった。

また、平成20年、北海道貿易物産振興会からの紹介により香港の商社からサンプル依頼があり、輸出が決まった。

【輸出によるプラスの効果等】

知名度が上がったことにより生産者の自覚と認識が生まれ、尚一層の安全な原料を作らなければならないという意識と、中札内村のえだ豆が更に世界中の国々へ広まって欲しいという期待により生産意欲が高まっている。



濃厚で甘みのある味わいの「そのまま黒えだ豆」

【ウェブサイト】

<http://www.netbeet.ne.jp/~janaka>

北海道 ひやま漁業協同組合（スケソウダラを韓国へ）

日本で取引価格の低いオスのスケソウダラは、韓国では高級な魚として需要があることに注目。漁から出荷までの品質管理を徹底し、韓国でも好評。

輸出量 平成21年 1,050トン 全体に占める輸出比率 約33%



荷揚作業

【販売戦略、工夫した点等】

- ・はえ縄漁業のため、従来から鮮度がよいと評判。
- ・地元熊石で取水される海洋深層水での処理により鮮度の持続期間がのび、さらに評判がアップした。



箱詰作業

【輸出によるプラスの効果等】

- ・これまで収入にあまり貢献できなかったスケソウダラのオスの販路開拓により、経営基盤の安定化に貢献。
- ・生産者は、鮮度保持等品質管理をより徹底するよう意識変化。

【ウェブサイト】 <http://www.jf-net.ne.jp/hkhiyamagyokyo/>

北海道 ホクレン、(株)ホクレン通商 (かぼちゃを韓国へ)



陳列販売の様子

主に道北・道南産のかぼちゃを輸出。韓国でも日本品種のかぼちゃが生産されているが、昼夜の温度差が多い北海道産の味は格別。「甘みが強く、ホクホクしている」ということで好評。

平成21年度韓国への輸出量: 55トン

【輸出のきっかけ】

10・11月の日本の市場を、北海道産のかぼちゃが独占しているのをみて、韓国の青果物取扱業者が来道し、北海道産かぼちゃの購入を希望。産地視察などを重ねて交渉が成立し、平成16年10月に輸出を開始した。

韓国のかぼちゃ出荷は9月で終了するので、その後10～11月にかけて北海道産がなくなるまで輸出。

【販売戦略、工夫した点等】

輸出開始当初は品質事故が多発。品質保持技術の確立で安定した輸出量を確保。韓国は日本と違い1個売り。小玉が喜ばれ、事業者としては、取り扱うかぼちゃの販売価格の安定に繋がっている。

韓国からは約17万人(平成19年度)の人々が来道し、北海道の味覚を体験。



コンテナ積み込み状況

【ウェブサイト】 ホクレン農業協同組合連合会

<http://www.hokuren.or.jp/>

北海道 ホクレン、(株)ホクレン通商 (LL牛乳を香港、台湾等へ)



牛乳試飲販売

香港WELLCOME KWAI CHUNG

(平成21年4月24日～30日)

くみあい乳業(株)(工場:旭川)、北海道日高乳業(株)(工場:日高町)製造のLL牛乳を香港、台湾、タイ、シンガポール、中国へ輸出。
北海道の雄大な自然の中で生産される牛乳は安全・安心で高品質と信頼が厚く、「濃厚で味が良い」との高評価を得ている。

平成21年度輸出量:2,004トン(うち香港1,930トン)

牛乳はどこの国においても身近な飲料。それだけに「自然・空気・水などの牛が育つ環境」も購買行動に影響を与える。「生産に使われる飼料がどのようなものか?」と海外の消費者の安全への関心は飼料にも及び、その関心の高さは日本以上。

香港政庁から現地輸入許可を取得するまでに4年の歳月を要し、平成8年に輸出を開始。当初、顧客は在留邦人・一部富裕層だけであったが、継続的かつきめ細かな販売対応に努めてきた結果、今では日系デパート・量販店のみならず地元スーパー・コンビニエンスストアにも並べられている。試飲販売の機会を増やし、北海道牛乳のおいしさをアピール。

平成20年の中国産粉ミルクのメラミン混入問題で、香港政庁は中国LL牛乳を禁輸。市民の食の安全への関心が高まり、香港への輸出数量は2.7倍に伸長。台湾ではパン・プリンに、香港ではアイスクリームの材料として利用され、付加価値の高い「道産牛乳使用製品」として販売されている。

平成21年度は上海他7都市9店舗でLL牛乳の販促セールを実施。この結果、前年対比235%と伸長。

【ウェブサイト】ホクレン農業協同組合連合会

<http://www.hokuren.or.jp/>



牛乳試飲販売

上海久光百貨店

(平成21年10月24日～11月5日)

北海道 ホクレン、(株)ホクレン通商 (鶏卵を香港へ)



香港 YATA 鶏卵プロモーション
(試食販売)

「ホクレンのたまご」を輸出。鮮度保持技術の確立により、L・L牛乳と並び鶏卵が香港輸出の主力商品となる。当初は、「朝、生卵を食べたい」と望む在留邦人の食卓へ。今は、日本食ブームで安全・安心な卵として現地の人たちに高い評価を得ている。

平成21年度香港への輸出量: 100トン

【輸出のきっかけ】

平成6年8月、北海道・ホクレン等で組織する「北海道農畜産物海外市場開拓推進協議会」が海外輸出促進を図るため、海上輸送における長期鮮度保持技術確立を目的として、青果物と鶏卵の輸送試験を実施。品質保持が確認でき、同年10月に香港大丸で開催した「北海道収穫祭」で販売したのがきっかけ。以降、安定した販路を築いてきた。

北海道の農畜産物の中で、周年供給できる牛乳・卵は輸出品目の優等生。特に自国生産ができない香港消費者にとって、安全・安心な食材入手は死活問題。食の安全・安心への関心は日本人よりも非常に高いものがある。

平成20年秋から、中国産農畜産物に対して香港市民の厳しい目が注がれるようになったが、「ホクレンのたまご」は、パイオニアとしての信頼を得ており取扱いが伸長した。

平成21年度には、平成21年10月30日～11月12日と平成22年1月22日～2月4日の各2週間の期間で、香港YATAにおいて試食による鶏卵販促プロモーションを実施し、好評を得た。



輸出用段ボール(Lサイズ・パック卵用)

【ウェブサイト】ホクレン農業協同組合連合会

<http://www.hokuren.or.jp/>

北海道ワイン(株) (地元産ワインを台湾、香港へ)



上海久光デパート
(平成19年10月)

香港SOGOデパート
(平成20年12月)

北海道産葡萄のみを使用したワインを輸出することにより、当社の収益の増加はもとより、地元葡萄農家の経営安定に寄与している。

【輸出量・輸出金額】	台湾	960本	637千円
平成21.1~12	香港	2,842本	2,266千円

【輸出のきっかけ】

東アジアでは北海道ブームが続いており、北海道産葡萄100%を原料に製造した本物のワインの要望が強く、これが当社のワインの輸出につながった。

【輸出によるプラスの効果等】

輸出により収益が増加したことで、当社葡萄畑の作付面積の増大や地元葡萄農家の経営安定にも寄与している。

特に台湾、中国、韓国への輸出は日本初であり、マスコミによる報道の機会が増したことで、当社の経営の安定化や営業戦略の多様化にもつながっている。



香港ワインフェア(平成21年11月)
(香港コンベンション&エキシビジョンセンター)

【ウェブサイト】 <http://www.hokkaidowine.com/>

北海道 丸ヨ吉住商店、JAたきかわ（空知の安全・安心な米を台湾へ）



沼田町産「雪中米」

JAたきかわ産の
低農薬栽培米



丸ヨ吉住商店（沼田町）・JAたきかわ（滝川市）は、低農薬で栽培された安全・安心なお米を、平成17年から台湾のスーパーマーケットチェーンへ輸出。

< 輸出実績 >

平成21年度 輸出量：53トン（丸ヨ吉住商店、JAたきかわの合計）

【輸出のきっかけ】

農産物や台湾の流通に詳しい大学教授から紹介があったのが輸出のきっかけ。

【工夫した点等】

丸ヨ吉住商店・沼田町関係者、JAたきかわでは、それぞれ台湾のスーパーマーケットチェーン「裕毛屋（ユウマオ）」に出向いてPR活動を行っている。

【輸出によるプラスの効果等】

台湾では、北海道の農産物は安全・安心で美味しいと評価されている。台湾への輸出により、生産者の中で低農薬での米作りの意識が高まるとともに、国内消費者との直接販売も進められている。



現地で行ったイベント風景
（平成21.1.25）

【ウェブサイト】JAたきかわ
<http://www.ja-takikawa.com/>

北海道 JAピンネ、ホクレン（酒米をノルウェーへ）



日本酒を製造するノルウェーの地ビール製造会社、北海道の酒造好適米「吟風」（JAピンネ産）を輸出。

ノルウェーで醸造された日本酒は、北海道を含む国内外で売り出す予定。

平成21年度輸出量：3トン

【輸出のきっかけ】

日本における「吟風」の高い品質・評価を知ったノルウェーの地ビール製造会社社長が、自ら北海道まで足を運んだことがきっかけとなった。

当初、ノルウェーに「吟風」の種を輸出し、自国で栽培する計画であったが、北欧の気象や日照時間の点から栽培を断念し、日本産酒米の輸出を行うこととなった。

酒造好適米の
北海道代表。

吟風
ぎんふう



【輸出によるプラスの効果等】

良い酒米の条件は、大粒でタンパク含有量が少ないこと。そして、良い麹米になるために欠かせない心白が米粒にあること。北海道の酒米「吟風」はその基準を十分に満たし、その味わいは高く評価されており、栽培に対し生産意欲が喚起されている。

【ウェブサイト】 ホクレン農業協同組合連合会

<http://www.hokuren.or.jp/>

北海道 JAたいせつ (精米をポーランドへ)



統一ブランド名で輸出

北海道でも有数の米産地として、新たな販路拡大を目指し、ポーランドへの精米輸出を行った。

平成21年産 精米輸出数量: 6.5トン(500g詰精米)

【輸出契機】

米の消費量が減少する中、新たな販売先として海外への輸出を計画し、安定生産・安定供給を目指す。

【販売戦略】

JAブランドではなく、現地バイヤーの統一ブランド名の包装に、JAが精米を小袋詰めし、輸出促進シールを貼りつけるなど、日本食のイメージに配慮した。



そのまま陳列可能な
ダンボールに箱詰め

【輸出によるプラスの効果等】

ポーランドへの輸出は為替レート等の関係から、継続取引が難しい状況だが、精米輸出の足がかりとしての経験と実績ができたことから、今後はオーストラリア、台湾への輸出を検討している。

輸出による販路が期待されることから、農業者の生産意欲にもつながっている。

また、マスコミに取り上げられたことで、JA及び地域のPRにもなっている。

【ウェブサイト】 <http://www.jataisetu.or.jp/>

北海道 JAびえい（ゆり根を台湾へ）



美瑛産ゆり根

大きくて白いゆり根を好む、台湾の消費者ニーズに合ったゆり根を輸出している。

年間輸出量(平均) 5kgケース 1,500～2,000ケース

【輸出契機】

美瑛産のゆり根は、もともとサイズが大きく白さにも定評があり、大きくて白いゆり根を好む台湾のニーズにあっていたことから、平成18年から安定的に輸出している。

【販売戦略】

台湾で好まれる3L～4Lサイズを中心に輸出している。

【輸出によるプラスの効果等】

安定した販売により、農業者の生産意欲が向上している。

台湾での品質評価が高く、美瑛産ゆり根がブランド品として取引されており、台湾、韓国、上海からの観光客には、ゆり根の美瑛としてイメージが定着している。

【ウェブサイト】 <http://www.ja-biei.or.jp/>



大きさ、白さへの評価が高い

北海道 男山(株) (日本酒を世界21カ国へ)



アメリカでの展示会

昭和59年から、純米大吟醸を中心とした日本酒を、日本名門酒会を通じて世界21カ国に輸出し、モンドセレクションを受賞するなど、高い評価を得ている。

輸出量は自社販売量の約13%を占め、その内、アメリカへの輸出が8割を占めている。

【輸出契機】

日本酒の伝統を守り、良質な酒造りに取り組む地方の蔵元が集まり、海外での日本酒の地位向上と販路拡大を目指している。

【販売戦略】

国内販売品と同じアイテムを、あえて日本語表記のまま、海外での展示会、品評会へ積極的に出展することで、日本酒のイメージをアピールしている。

【輸出によるプラスの効果等】

世界各地で販売・評価されることにより、日本酒産地としての知名度や、ブランドとしての価値が向上し、国内での評価向上にもつながる。

【ウェブサイト】 <http://www.otokoyama.com/>



北海道 (株)スリービー (健康食品をシンガポール、台湾へ)



自社生産している食用キノコたもぎ茸の天然エキスを抽出した液体状の健康食品「バイオゴッド」を平成18年8月から海外輸出。

【輸出のきっかけ】

北海道主催のシンガポールでの現地商談会

【販売戦略】

現地企業との代理店契約など

【工夫した点、苦労したこと等】

現地政府の輸入許可取得を北海道経済部の協力で解決

【輸出によるプラスの効果等】

- ・シンガポールから東南アジア地域に販路が拡大
- ・海外進出により視野が広がる

販売数量・販売金額の推移

年度	販売数量(セット数: 1セット30袋)	販売金額 (万円)
平成18年度	200	160
平成20年度	400	420
平成21年度	350	280

平成19年度は出荷実績なし



【ウェブサイト】 <http://www.three-b.co.jp/>

北海道 JAきたそらち（「生産情報公表」JAS規格」米を台湾へ）



JAきたそらち北竜支所管内では、安全・安心な米作りに取り組んでおり、生産過程がインターネットで確認できる、「生産情報公表」JAS規格」の認定を受け、これが評価され、輸出につながった。

平成21年産米を600kg輸出

【輸出のきっかけ】

台湾(台北市)にある「東桜国際有限公司」の鈴木光壺社長が、特産品探しに北海道を訪れた折り、当該JAS規格の認定を受けた「ひまわりライス」の記事を見つけ、関心を持ったことから、当該支所との交渉により輸出。

【輸出によるプラスの効果等】

「東桜国際有限公司」は、お米の他に、当該支所管内で生産するソバやスイカについても関心を示している。



(平成22年1月:台北市)

【ウェブサイト】 <http://www.ja-kitasorachi.com/>

青森県 片山りんご(株) (世界に押し出せ！青森のりんご。)



片山りんご園最長老80年木



春の剪定、熟練の技



世界中に翼を伸ばす
青森りんご

青森のりんごは、りんご農家が代々心血を注いだ畑(文化遺産)の上で栽培される、世界唯一無二のりんご(知的財産)である！

世界各地で青森りんご130年の歴史と青森りんごの品格をPR。

スイス、仏領タヒチにりんごを輸出。

中国、ドバイでは新基軸輸出ルート開設、様々な障害・妨害はあるが前進あるのみ。

平成21年産りんご 輸出約109トン 売上の約6%

【販売戦略、工夫した点等】

- ・Not apple, another category of fruit, RINGO.・・・文化遺産と知的財産を徹底的に説明、バイヤーに納得してもらい、小売店販売員が青森りんごの素晴らしさを実際の売り場で消費者にきちんと説明できるようにしてもらう。
- ・農家＋産地コーディネーター(シッパー)＋消費地コーディネーター(コンサイニー)＋小売、WIN - WINの商流構築を目指す。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・スイス高級デパートと取引が3年目に入り、信頼関係の構築に成功。りんごだけでなく、青森産黒ニンニクも当社プラットフォームを利用してスイスで販売を開始。
- ・2010年は更に品目を拡大、日本各地の名産品を売り込むべく奮闘の予定。
- ・クラブ制販売についての実証的研究を開始する。

【ウェブサイト】 <http://www.katayamaringo.co.jp/>

青森県農林水産物輸出促進協議会 ・ 青森県産米輸出研究会 (青森県産農水産物を世界各国へ輸出)

平成16年度より、「青森県農林水産物輸出促進協議会」が中心となり、中国、中東、ロシア、アメリカを対象に、りんご、ながいも、ほたてを主要品目として、輸出拡大に取り組んでいる。

また、米については、平成19年度より、「青森県産米輸出研究会」が中心となり、県産米の販路開拓に取り組んでいる。



上海でのりんごPR

< 本県産品の輸出量 >

りんご	20年産: 18,448トン	21年産: 18,216トン
ながいも	20年産: 296トン	21年産: 416トン
米	20年度: 0.2トン	21年度: 13トン

りんごは、日本貿易統計から推計(21年産は21年9月～22年2月)、
ながいもは、全農青森県本部調べ(21年産は21年11月～22年3月)、
米は、青森県産米輸出研究会調べ



シンガポールでの県産米PR

【販売戦略・工夫した点】

- 対象国への輸出状況に応じ、ステップ1:新規市場輸出可能性調査、ステップ2:輸出ルート確立、ステップ3:輸出規模拡大と、段階的な輸出促進活動を展開し、市場開拓に努めている。
- 中東、ロシア:見本市への出展や個別商談を実施。
- 中国:バイヤーを産地へ招へいし商談会を開催したほか、現地での消費宣伝会、メディアを活用したPR、バイヤーに対する販売促進活動を実施。
- アメリカ:メディアを活用したPR、見本市への出展。
- 米については、香港・シンガポールにおいて、現地商談及び県産米のPR活動を実施。

青森県 (株)ディメール (水産加工品「鯖の冷燻」を香港へ)



鯖の冷燻

青森県八戸市の株式会社ディメールでは、農商工連携事業に取り組んだことをきっかけに、自社PB商品である「鯖の冷燻」、「冷凍寿司」の輸出可能性を探り、平成21年12月からは、香港のレストランダイニングやワインバーなど業務用向けに、「鯖の冷燻」の輸出がスタート。

「鯖の冷燻」は、平成21年5月に農林水産省が実施したコンテストで選定された『世界が認める輸出有望加工食品40選』に入選。

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・海外の食品展示会・商談会への参加や、日本国内において輸出業者向けに商品提案を実施するなど、販路の開拓に努めている。
- ・「鯖の冷燻」は、日本国内で付加価値のある商品として販売しているため、輸出経費を加えた海外での市場価格が高価なものとなることから、価格に見合うだけの品質の良さをアピール(品質訴求)。
- ・小ロットでの輸出が可能となるよう、常時冷凍コンテナを輸出している国内業者に対し、混載での取扱いを提案。将来的には、八戸港からの輸出が目標。



フード台北に出展

【ウェブサイト】 <http://www.de-mer.com/>

青森県 ハチカン事業協同組合（水産加工品を米国、香港等へ）



加工工場への招へい



米国での試験販売を実施

平成18年より、組合独自の輸出促進活動を行い、平成20年には組合員企業の課題解決を目指し、輸出促進事務局を設け、輸出拡大を目指し活動を実施している。

輸出実績 20年度：約3000万円 21年度：約6200万円

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

・18年から19年にかけてのアメリカ・EUの現地視察の実施、20年のドバイでの商談会へ参加したことにより、海外での我が国の水産品需要を認識し、本格的に輸出を開始した。

・海外での販売価格が高価なものとなることから、現地からバイヤーを招へいし、衛生面、鮮度、加工技術など価格に見合うだけの品質の良さをアピールした。

・現地での需要を把握するため、テスト輸出、試験販売と同時に、消費者へのアンケートを実施し、パッケージの改良等を行った。

・与信管理面から、国内法人企業の協力、紹介を元に取り引を行った。

【ウェブサイト】 <http://www.hachikan.co.jp/wb/>

岩手県 八幡平市花き振興協議会（りんどうをオランダへ）

八幡平市安代地区の農業の重要な基幹品目であるりんどうを、協議会が中心となって、平成14年からオランダへ輸出。

輸送コスト等の様々な課題を克服し、輸出量が増加。

輸出数量の推移	16年:280千本	19年:438千本	21年:516千本
---------	-----------	-----------	-----------



【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 早くから地域に適した品種開発に取り組み、独自品種が外国産との差別化を図る源泉に。
- ・ 岩手県農業研究センターと共同で、前処理材の使用等、輸出のための鮮度保持技術を開発。輸送業者、航空会社、現地の通関代理店等の協力のもと、温度チェックシートの記入や迅速な通関などコールドチェーンを確立。
- ・ 輸送箱の改良や航空会社との交渉により、輸送コストを大幅に削減。
- ・ 18年から全農いわて県本部が事業を推進。



輸送パレット

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 国内出荷量の約4分の1を占める安代地区が輸出に取り組んだことにより、国内の需給調整が図られ、需要の端境期等における価格下落をやわらげる効果が見られた。また、このことにより、県内他産地も輸出を手がけるようになった。
- ・ 自分たちが栽培したりんどうの品質について高い評価を受けたことを実感でき、生産者の生産意欲が向上。安代地区の農業人口・農家数は年々減少しているにもかかわらず、安代りんどうの生産者数は平成13年から維持。

岩手県 大船渡湾冷凍水産加工業協同組合 (冷凍水産物(さんま、さば、さけ)を東南アジア、アメリカ等へ)

平成16年、岩手県の働きかけにより本格的な輸出事業に取り組み始めた。

特に、岩手県の海外拠点を通じ現地での販促活動に参加し、商談等の機会を増やしている。

輸出数量：平成16年：600 t 19年：2,900 t 21年：1,700 t
輸出割合：近年は、輸出割合20%台を推移している。



現地展示商談会
での商品説明

【輸出にあたって工夫したこと等】

- ・ 商社経由で、地元大船渡港から積み出しできることが輸出コスト軽減につながっている。
- ・ 信頼される原料素材はもとより、加工品等の紹介、販売拡大に努めている。



タイ県産品フェア

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 海外の水産物需要が年々高まっている。また、コンテナ単位の取引のため、効率的な生産計画を立てやすい。
- ・ 食材の汎用性を高められ、新たな商品開発につながっている。

岩手県 (株)川秀 (乾あわび、干しなまこを中国へ)



上海水産商談会風景

北海道、青森、岩手に水産加工場を設置し、三陸のあわび、なまこ等を原料に、乾あわび、干しなまこ等に加工・販売。

平成14年から輸出を開始。中華料理の高級食材として、中国への輸出を伸ばしている。

輸出額の推移

16年:約10億円 18年:約15億円 20年以降:約6億円

【輸出のきっかけ、工夫した点等】

- ・ 県が神戸、福岡で開催した商談会で海外に販路を持つ業者と知り合い、輸出に取り組む。
- ・ 岩手の海産物ブランドを確立するため、自然環境、安全性等をPRするDVDを作成し、商談会で活用。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 海外での好評価により、生産意欲が向上。
- ・ 収益の増加による経営安定。
- ・ 取引が増えたことにより、浜での買い取り価格が上がり、漁業者の収入増につながる。

【現状】

- ・ 20年以降は、円高の影響で輸出額が大きく減少している。



乾あわび(山田町産)

宮城県 農業生産法人(有)伊豆沼農産 (霜ふり豚肉を香港へ)



香港での販売風景

宮城県北部、登米市の農業生産法人伊豆沼農産では、平成16年7月から、香港の高級レストランや百貨店向けに、宮城県特産の「伊達の純粹赤豚」と「伊豆沼ポーク」を輸出。

【輸出数量の推移】

16年:1.0トン 19年:3.4トン(赤豚2.7トン、伊豆沼ポーク0.7トン) 20年:5.1トン(赤豚2.9トン、伊豆沼ポーク2.2トン) 21年:4.0トン(赤豚2.5トン、伊豆沼ポーク1.5トン)

香港でおいしい豚肉として評判になっているが、国内にもファンが多く、海外の需要に応えられない状況。

「伊達の純粹赤豚」の総出荷量に占める輸出の割合は約3%。

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・平成15年に香港視察をした際、香港百貨店で販売されている国内他産地の豚肉を見て、自ら生産する「伊達の純粹赤豚」でチャレンジしたいと考えた。
- ・当時、生産者が直接輸出する事例はまれで、支援体制がなく試行錯誤の連続。
- ・現在は、国内のサプライヤーを通じて輸出。
- ・伊豆沼農産では、農畜産業をはじめとしてレストラン、産地直売所、食肉加工場を運営しており、安全性、おいしさにこだわった豚肉加工品を出荷。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・国内外での知名度アップ(ブランド化戦略)
- ・安全性とおいしさが海外で認められ、地元の豚生産農家や加工に携わる人のやる気につながっている。(国内生産性の向上)
- ・最終的に国内自給率の向上につながる。



香港のレストランのメニューから

【ウェブサイト】 <http://www.izunuma.co.jp/index.html>

宮城県 (有)大永商店 (国産大豆の納豆をアメリカへ)



アメリカのスーパーの販売風景

宮城県南部、村田町の(有)大永商店では、平成16年から、アメリカのスーパー等向けに、北海道産、宮城県産を原料とした納豆を輸出。

【輸出数量の推移】

16年:0.6トン 19年:0.6トン 20年:0.5トン 21年:0.3トン

食品の手作り製法で作られた納豆に、アメリカのバイヤーがひと目ぼれ。アメリカでの購入者は、日本人が9割。
総出荷量に占める輸出の割合は約0.4%。

【輸出のきっかけ、工夫した点など】

- ・アメリカのスーパーのバイヤーが、日本のおみやげでもらった納豆にひと目ぼれ。その商品が同社の納豆であったことがきっかけで、同社のホームページに直接、メールによるアポイントメントがあり、平成16年、アメリカへの輸出を開始。
- ・その後、納豆を紹介された別のアメリカのバイヤーから取引のアポイントメントがあり、18年からそのバイヤー向けに輸出している。
- ・19年頃から韓国向けにも業務用で輸出開始。日本食メニューの一環として提供されている。
- ・国産大豆100%。機械に頼らず、職人の五感で手間暇かけた手作り製法。数々の品評会で受賞。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出による売り上げは、直接的に収益増にはつながっていないが、人脈ができたことにより、世界一の納豆を目指す夢の実現に一步近づいたと考えている。
- ・海外での評判により、日本で新たに契約を希望する企業が現れた。



輸出される納豆

【ウェブサイト】 <http://www.rakuten.co.jp/green710/>

宮城県 ワイケイ水産(株)

(冷凍銀鮭、さんま、さば、水産加工品を香港、台湾、韓国、中国へ)



台湾での国際食品見本市



出展ブースにて



輸出商品やパッケージ例

平成18年、台湾で開催された国際食品見本市「フード台北」に参加し、現地で日本産食材を販売するバイヤーと知り合ったことをきっかけに、同年から、香港、台湾へ冷凍銀鮭（切り身）とさんま、さば、すけとう鱈の輸出を開始。

輸出数量：冷凍銀鮭、さけ、さんまハンバーグ

18年：2 t 19年：5 t 20年：10 t 21年：10 t

冷凍さんま、さば

18年：700 t 19年：2000 t 20年：3000 t 21年：2500 t

すけとう鱈

20年：600トン 21年：2000 t

輸出割合：約30%

【輸出にあたり工夫したこと】

- ・中国（上海）での販売促進のため、平成20年、数社と販売会社を設立した。
- ・言葉の問題に関しては、在日の中国人を介して取引を行い、スムーズに行うことができた。
- ・取引上の金銭的不安は、LCによる決済や、先に代金を振り込んでもらうことで解消した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外への新しい販路により経営の幅を広げることができた。

【ウェブサイト】 <http://www.yk-suisan.co.jp/buy-index.html>

宮城県 仙台の酒屋浅野（日本酒を香港、韓国へ）



香港ワインフェアに出展

平成21年8月に香港の飲食店向けに第一便の日本酒を輸出。同年10月には韓国へ宮城県産の日本酒を出荷。以後、韓国へは3社に輸出を行う。

【輸出数量の推移】

- ・21年:220万円 22年:500万円(4月現在)
- ・飲食店以外にゴルフ場などで売れ行きが良いカップ酒等を含めて人気が高くなっている。現在では、純米酒、本醸造酒等への切り替えが加わり、日本食に合わせた需要が高くなっている。
- ・総輸出量に占める直接輸出の割合は100%

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・和食ブームが進み、日本酒の需要が伸びてきた事により輸出を手掛けた。
- ・どんな料理を食べ、どんな飲まれ方をしているのか視察しながらきっかけを作った。
- ・年々海外において日本酒の輸出が高まる中、原産地証明等の添付書類が多くなってきているため苦労する。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・東北地方における地域活性化や観光
- ・食を通した新しいビジネスへの発展
- ・これからの小売店が目指す道として、販売のあり方を見直すきっかけとなる



韓国向け商品の提供

【ウェブサイト】 <http://www.sendaimura.com>

宮城県 農業生産法人(有)PFTサービス (米を香港へ)



バイヤーと香港のスーパー等を視察



輸出向けの米として倉庫に保管



包装デザイン

平成19年11月、仙台市で開催した「農林水産物・食品輸出オリエンテーションの会」の商談会に参加し、海外で日本産食材を販売するバイヤーと知り合ったことをきっかけに、平成21年1月から、香港の業務用及び店舗販売向けに、米（ササニシキ）の輸出を開始。

輸出数量：20年産米：約44t 21年産米：約44t
総生産数量：21年産米：約130t
輸出割合：約34%

【輸出にあたり工夫したこと】

- ・米の品種名はアピールポイントにならない 日本産をイメージできるブランド。
- ・パッケージデザインの工夫 バイヤーと協力して作成。
- ・バイヤーの輸出拠点港が福岡で陸送費増が課題 仙台港を輸出港として経費軽減。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外にも市場ニーズがあることが分かり視野が広がる。
- ・生産調整面積としてのカウント。
- ・既存の機械・施設の利用率が上がり生産性が高まる。

秋田県 横手市観光協会 (ぶどうジュースを香港へ)



旧正月(春節)時期のフェア会場

香港の高級スーパーのアドバイスのもと、富裕層をターゲットにぶどうジュースを開発、平成17年から香港に輸出。

例年、販売スタッフ、ぶどう栽培農家とともに、プロモーション活動を展開。

【輸出数量の推移】 初年度 H17年産600本
H19年産6,000本 H20年産10,000本 H21年産11,000本

【輸出のきっかけ、販売戦略等】

- ・国内消費が減少する中、海外販売等を模索し、平成15年に香港高級スーパーの日本現地法人社長との出会いをきっかけに、横手市観光協会が香港で「横手市フェア」を開催。
- ・平成16年、香港のバイヤーを横手市に招聘したとき、バイヤーが大沢地区のぶどう畑に惚れ込み、高級ぶどうジュースの開発に着手。
- ・定番商品として販売を伸ばすため、品目を絞ったプロモーション活動を展開。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出モデルの商品づくりにより、海外市場を見ることができるようになった。
- ・ぶどうジュースの評判が国内でも広がり、国内販売も好調。
- ・世界を相手にする親を見て、農の現場に跡継ぎが生まれている。
- ・高品質を評価され、同じ果汁を使用した「ジャム」の販売についても要望をいただき、輸出が始まった。商品アイテムが増えたことにより、地元加工所での業務量も増えている。



秋田県 (株)メルコレディ (こめ粉麺を香港、台湾、シンガポール等アジア各国へ)



香港スーパーでの販促活動



商品パッケージ



ベトナムでの商談会

平成20年3月、幕張で開催された「FOODEX JAPAN」に参加し、海外で日本産食材を販売するバイヤーと知り合ったことをきっかけに、同年5月から、香港、台湾、シンガポールなどの業務用及び店舗販売向けとして、こめ粉麺（地元あきたこまち使用）の輸出を開始。

輸出数量：20年度 約 1 t 21年度 約 2 t
総生産数量：21年産米：約 60 t
輸出割合：約 3.3%

【輸出にあたり工夫したこと】

- ・海外のバイヤーから美味しい・珍しいとの評価を頂いており、商品の持つ特徴がしっかりと出ている様だ。
- ・リーフレットは英語、中国語、韓国語に翻訳を行い、解りやすく解説。
- ・日本産とひと目でわかるように、パッケージに日の丸をイメージしたものを使用した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外で食べたお客様が日本に帰国後に注文。国内販促の機会増大。
- ・地域の基幹作物であるあきたこまちを活用した製品により、地域活性化にも貢献。
- ・新規需要米の活用により、水田の有効活用が図られる。
- ・既存の機械・施設の利用率が上がり生産性が高まる。

【ウェブサイト】 <http://www.mercoledi.jp/>

秋田県 増田出荷会（りんごをシンガポール、台湾、タイ、香港へ）



店頭での試食販売

増田出荷会(秋田県横手市)では、シンガポールや台湾など世界数カ国にりんごを輸出。

蜜入りりんごを特長に、「マスダ・ハニー・アップル」として独自のブランド作りに成功。

【輸出数量の推移】

19年:11t 20年:16t 21年:11t

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・平成15年頃、横手市(旧増田町)からの働きかけにより、初めて中国にりんごを輸出した。翌年、タイで行った試食販売をきっかけに、海外で販売することに好感触を得た。
- ・JGAPや秋田県特別栽培認証を取得し、生産管理や品質管理を行っている。
- ・試食販売のほか、数カ国語でポスター・チラシ・DVDなどを作成し、売り場での商品PRに努めている。
- ・発泡スチロールでの梱包、品質保持資材の利用により、輸送時の品質維持に配慮している。

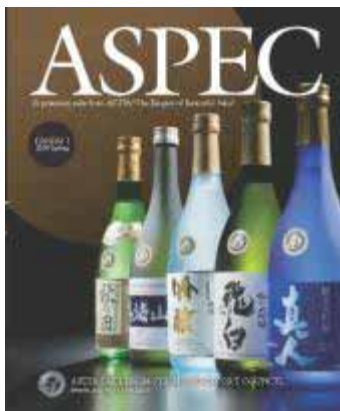
【輸出によるプラスの効果等】

- ・自分達のりんごが海外でも通用することで自信が深まり、生産意欲が向上している。
- ・海外とのつながりができ、販売の見通しが立てやすい安定的な取引となっている。



蜜入りりんご「ハニー・アップル」

秋田県酒造協同組合（清酒をアメリカへ）



秋田酒輸出促進協議会
アメリカ向けパンフレット

秋田県酒造協同組合の秋田酒輸出促進協議会（ASPEC）加盟5蔵では、平成20年8月頃から、アメリカの高級レストランや酒飯店向けに、「銘醸地秋田」をアピールし、清酒を輸出している。

【輸出数量の推移】

20年度 約11,900L 約2,300万円

21年度 約9,200L 約1,400万円

秋田県の総輸出量に占める協議会での数量割合は約14%を占めている。

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・平成17年、県庁主催のアメリカ酒市場視察に参加した際、現地の販売状況を見て、「銘醸地秋田」をアピールし産地のブランド化を図り、秋田県産酒の輸出促進に挑戦したいと考えた。
- ・清酒の輸出は日本の食材を扱う商社や卸会社を通じた輸出が大半を占める中、現地の酒類専門業者に着目し独自に販売ルートを開拓。清酒と日本文化の普及に努めている。
- ・日系市場だけでなく、現地のインポーターを使う事により、現地の市場に入り込むべく努力している。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・国内外での知名度アップ、産地「秋田」のブランド化
- ・国内の間屋に左右されない新市場の開拓
- ・和食だけでなくフランス料理店等、現地の様々な食文化に日本酒が浸透



ポートランドでの酒セミナー

【ウェブサイト】 <http://www.aspec-sake.com>

(社)秋田県貿易促進協会 (秋田県の農産物・食品を世界へ)



モスクワでの商談風景

社団法人秋田県貿易促進協会では、平成20年度から「農林水産物等輸出促進支援事業」を活用して、米やりんごなどの農産物、加工食品の輸出への取組を支援。

【輸出金額の推移(米、青果物、加工食品)】

19年: 24百万円 20年: 31百万円 21年: 41百万円

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・平成16年5月設立。平成19年度までは、環日本海を中心としたミッションや見本市への出展、食品を中心とする秋田県フェアなどを支援。
- ・平成20年度から「農林水産物等輸出促進支援事業」を活用し、農産物・食品の輸出支援を行っている。平成20年度は中国・ロシアの市場調査を実施し、流通事情や市場性、一般消費者の嗜好を調査。
- ・平成21年度は市場調査を発展させて、ロシアで商談会を開催。
- ・台湾、香港ではフェアを開催し、秋田県産品をPRすることで、輸出数量の拡大と海外での県産品の定着に取り組んでいる。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・会員企業が継続して、フェアに参加し、輸出ノウハウを蓄積している。
- ・特に米は、県内の複数の輸出業者により輸出されるなど、輸出への取組が活発化している。



台湾でのフェア開催

【ウェブサイト】 <http://www.a-trade.or.jp/>

(株)山形県食肉公社 (豚肉を香港、タイへ)



H18香港商談会(会場:ジェトロ香港)
でのディスプレイ状況

山形の豚肉「米澤豚一番育ち」、「天元豚」等を日本料理の高級食材として輸出開始。

現在は、香港の日本レストラン、高級スーパーが主な出荷先となっている。平成21年度からはタイへの輸出を新たに開始した。

【輸出量の推移】 平成16年 0.8トン 21年 18.5トン

【輸出のきっかけ、経緯、苦労したこと】

- ・ 平成16年に県主催の香港現地商談会に出展したところ、なだ万の料理長の目にとまり、取引を開始。
- ・ 輸出までの手続、証明書(家畜保健所、と畜場、食肉検査)が毎回の輸出ごとにあるので、その煩雑さが悩みの種。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 海外で評価されたことにより生産意欲が高まり、事故率(豚の死亡率)が低下し、収益率がアップ。
- ・ 価格は国内と同一であり、価格のメリットは少ないが、国内における知名度が向上。



香港なだ万の山形県産豚肉(米澤豚一番育ち)のトンカツ料理

【ウェブサイト】 <http://www.ysyokuniku.jp/>

山形県 朝日町果樹組合連絡会（りんごを台湾、タイへ）



タイでの販促の様子



台湾での販促の様子



輸出商品展示例

平成16年、JETROの紹介で国内の商社を通じて台湾に輸出を開始。

平成17年からは、ブランド確立を目指し、高級百貨店での販売を中心に展開。

輸出数量：平成16年：14 t 平成21年：22 t
輸出割合：約0.3%

【輸出にあたり工夫したこと】

- ・平成16年に輸出を試みるが、単価が安かったため、ブランド構築を先行させてから輸出を伸ばす必要性を認識。
- ・このため、密入りりんごでブランド構築を目指し、選果を厳選し、高級百貨店での販売を中心に行った。
- ・町長による台湾百貨店等でのトップセールス、生産者による販促を継続し、認知度向上に努めた。
- ・タイでは小玉が好まれており、販促をとおしてブランド構築に努めた。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外への新しい販路により経営の幅を広げることができた。

山形県 出羽桜酒造(株) (日本酒を世界20ヶ国へ)



Joy of Sake (全米日本酒歓評会)
出羽桜で鏡開き

山形の地酒を世界20ヶ国へ輸出。
日本食レストランだけでなく、各国の高級レストランがターゲット。

【輸出数量の推移】

- ・1997年: 1,000L
- ・2002年: 20,000L (6年間で20倍の伸び)
- ・2008年: 72,000L (12年間で72倍の伸び)
- ・総出荷量に占める輸出の割合: 5%強

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・1997年にヨーロッパ向けの輸出をスタート、1999年のアメリカ輸出から、急激に輸出量が増加。
- ・酒の品質だけでなく、山形県の文化や風土も一緒に伝えていく必要がある。
- ・レストランの最前線で日本酒を販売するサーバーの方々へ、出羽桜の特徴をしっかりと伝えていく。
- ・輸出先の国々に合った商品(酒質、価格帯、容量など)を提案し、きめ細かい対応が必要。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外からの訪問客も増え、造り手の意欲が向上する。
- ・日本酒が広まっていない地域へ販売するため、初心に帰り、日本国内の営業活動を見直すことにつながる。



アメリカのレストランで
販売される出羽桜

【ウェブサイト】 <http://www.dewazakura.co.jp/>

福島県 会津喜多方物産協会（喜多方市の特産品を中国、台湾、香港等へ）

飯豊連峰の伏流水などの自然の恵みが生んだ米、味噌、醤油、ラーメン、農産物加工品などの喜多方市の特産品を中国、台湾、香港へ輸出。

【輸出数量の推移】

18年:500千円 19年:3,967千円 20年:5,236千円 21年:5,322千円

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・当協会会員である酒造業者は、既に、欧米、中国、台湾などへ日本酒等を継続的に輸出しており、近年の世界的な日本食ブームもあって輸出規模も着実に拡大している中、日本酒等以外の農産物等についても輸出しようとする機運が高まり、平成19年度から輸出に取り組んだ。
- ・平成21年度は、福島県、ジェトロ福島、福島県貿易促進協議会と連携を図りながら、中国(上海市)、台湾(台北市)、香港の百貨店等で喜多方物産フェア等を開催し、試食・試飲による実演販売やアンケートなどの聞き取り調査、販売促進活動を実施した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外で評価されたことにより、他の農産物についても輸出する意欲が高まった。
- ・輸出に係るノウハウの取得と輸出商品開発につながる中国、台湾、香港の一般消費者の嗜好及び動向調査ができた。
- ・継続輸入や他物産展参加のオファーがバイヤー等からあり、輸出拡大の好機が生まれた。
- ・多くの輸出先国で好評を得ているということは、国内でもPR材料の一つとして活用できる。



(上から)上海、台湾、香港での物産フェア

福島県 JA伊達みらい (ももを台湾、シンガポール、タイ等へ)



17年にタイで販売したもも

果物・野菜の産地として高品質な、もも、いちご、ぶどう、りんご、かき等を生産・販売。

平成17年から、ももの輸出を開始した。

【輸出量の推移】

17年:35トン 19年:51トン 20年:68トン 21年:52トン

【輸出のきっかけ、工夫した点等】

- ・輸出代理店の要請に応じて輸出を開始。
- ・ブランドの確立を目指し、国際見本市へも積極的に参加。出荷用段ボールは、「JA伊達みらい」と一目で分かるように国内、国外とも統一デザインとし、強化段ボールを使用することで輸送時の傷みによるリスクも軽減させた。
- ・輸出の窓口を一本化することにより、事務量の軽減とロット数の確保に努めた。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・国内、海外での知名度アップ。
- ・国内の価格を安定させる。
- ・海外への消費拡大。(国内調整)



タイで販売したぶどう



選果施設



輸出用の段ボール

福島県 まる福(株) (生麺を上海へ)



上海での販売促進活動

福島県中通り、郡山市のまる福株式会社では、福島県等の支援を受け、平成18年2月に、生麺のテスト輸出を開始し、19年から、上海、香港、台湾のスーパーに向けて本格的な輸出を開始。輸出生麺の原料は国産小麦(北海道産、福島県郡山産)。

【輸出数量の推移】

18年:約30万円 19年:約90万円 20年:約105万円 21年:約30万円
コシのある麺とコクのあるスープが好評で、取引相手の開拓に努めたが、21年は、円高等の影響で、輸出拡大ができなかった。

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・県が中国上海で開催した試食会や台湾で行われたフードタイパイで輸出の手応えを感じた。
- ・中国の麺と違い、麺に「こし」や「のどごし」があり、スープにコクがある商品なので、県・ジェトロ等が開催する海外フェアや試食会に積極的に参加し、“美味しさ”をアピールしてきた。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外で販売できたことによる新規販売チャンネルの拡大
- ・商品ブランド力の拡大



国産小麦100%の生麺

【ウェブサイト】 <http://www.fukufukuya.co.jp/index.html>

福島県 (株)宝来屋本店 (発酵食品を上海、香港、台湾、アメリカ、ノルウェーへ)



香港での販売風景

福島県郡山市の株式会社宝来屋本店では、平成17年頃から、上海、香港、台湾及びアメリカのスーパー、百貨店向けに、「100年伝承味噌」や「冷やしあま酒」、「金山寺味噌」等を輸出。また、ノルウェーにある日系企業工場向けに三五八漬の素を輸出。

【輸出数量の推移】

- ・初年度は海外フェア等に参加し、数十万円程度の売り上げ
- ・平成20年度1,670千円 平成21年度3,655千円
- ・総出荷量に占める輸出の割合は約1%

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・「30年先をみたとき、日本の人口は減っていく。経済成長し、人口も増える海外の人に我が社の商品を食べてもらおう!」という社長の考えの下、輸出を開始した。
- ・貨幣価値の違いや輸送料の上乗せから、「庶民の味方」商品が「超高級」商品になってしまい、買ってもらえるのか不安だったが、ターゲットを絞り支持してもらえた。
- ・「あま酒」はノンアルコールだが、「酒」という字が入るとアルコール飲料と思われ、なかなか理解してもらえない。
- ・「こだわりの商品」も、嗜好の違いで受け入れてもらうまでに時間がかかる。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・着実に販路は拡大し、経営的にもプラスである。
- ・国内外での知名度向上、社員の意欲向上



商品パッケージ等

【ウェブサイト】 <http://www.e-horaiya.com>

福島県 会津いいで農業協同組合（会津コシヒカリを台湾へ）



台湾の百貨店で販売促進活動

福島県喜多方市の会津いいで農業協同組合では、平成21年12月から台湾の高級百貨店向けに「会津喜多方米コシヒカリ」を輸出。

【輸出数量の推移】

・20年 400kg 21年 2トン

・台湾では富裕層の間で大変おいしいと評判になっており、販売促進活動を通して更においしさを知っていただこうと購買層の開拓を展開している。

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・平成20年に喜多方市物産協会として農林水産省の輸出促進事業を活用し、台湾への米輸出実現に取り組んだ。商談会等をとおしてPRしてきたが、なかなか輸出業者が見つからず大変苦労した。東京ビッグサイトでの商談会で現在の輸出業者の社長との出会いで急展開し、現在の取引に至っている。
- ・海外では、いかに目について手にとってもらうかが重要であるため、米袋のパッケージデザインには細心の心配りをした。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・JA会津いいでのブランドが海外で認められたため、地元生産者の生産意欲の向上に役立った。
- ・国内での知名度アップ（ブランド化戦略）
- ・輸出に係る様々なノウハウを学んだことと、台湾の消費者の嗜好、動向調査ができた。
- ・継続輸出や他農産物輸出のオファーがあり、輸出量拡大のチャンスが生まれた。



会津喜多方産米コシヒカリ

【ウェブサイト】 <http://www.aizu-iide.or.jp/>

福島県 会津みしらず柿海外輸出促進協議会 (みしらず柿、果物をタイ、シンガポール、香港へ)



香港での販売促進活動の様子

福島県会津地方を代表する会津みしらず柿をはじめ、会津の自然の恵みが育んだ桃、りんごをタイ、シンガポール、香港へ輸出。

【輸出数量の推移】

平成20年：約20万円 平成21年：約90万円

みしらず柿が福島県ブランド認証制度の認証特産品となり、平成20年度より「会津みしらず柿海外輸出促進協議会」が発足。新たな販路開拓の期待が高まっている。

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労した点など】

- ・会津みしらず柿は会津地方を代表する特産物であるが、消費及び出荷額の伸び悩みや国内需要の低迷など、生産地を取り巻く状況が厳しさを増している中、新たな販路開拓として海外への期待が高まった。
- ・平成21年に輸出した、みしらず柿のうち船便については、結露及び低温障害により黒変の問題が発生し、脱渋方法など検討する必要がある。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出に対する意識変化と生産意欲も高まり、参加業者のほとんどが、今後も継続して輸出に取り組む意向
- ・輸出に関わるノウハウの取得
- ・輸出商品開発につながるタイ、シンガポール、香港の一般消費者の嗜好及び動向の把握



香港スーパーでの販売風景

茨城県 木内酒造(資) (地ビールをアメリカ、ヨーロッパ等へ)



木内酒造のビール醸造所

平成8年から日本酒醸造で培われた伝統と技術で、こだわりのある地ビール醸造を始める。

翌年より世界各国のビールコンテストに出品し数々の賞を受賞して高い評価を得る。

平成13年にアメリカの代理店からオファーを受けて輸出を開始する。

【販売戦略、工夫した点等】

- 輸出先の趣向に合ったビールを醸造し、更に原料に赤米を使用したり、杉樽を使って醸造するなど日本独自のテイストを加えた商品開発を行っている。
- 新鮮なビールにこだわる為に、完全無菌の充填設備を導入し、醸造のプロセスにおいても、有害な乳酸菌、バクテリアの混入を完全排除して品質を高めた。

【輸出によるプラスの効果等】

- 輸出先での評価が高く、世界各国から引き合いがあった。輸出量も年々増加しており、平成20年には新工場を建設し、生産設備の拡充も行った。



ビール醸造所内の風景

【ウェブサイト】 <http://www.kodawari.cc/>

栃木県 (株)せんきん (日本酒をアメリカ、香港、中国等へ)



輸出向け商品

「世界に向けて日本酒を販売したい」という思いから、平成9年からアメリカを中心に販売を開始。

平成22年から中国向けにも販売ルートが確立し、本格的に輸出を行う。

輸出量	21年度	5,200 ㍓	400 万円
-----	------	---------	--------

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ ロサンゼルス・ニューヨーク等で試飲会、イベント等に出展し、販路の拡大に努めている。
- ・ 海外向け用に、容量が1.5㍓の商品を製造している。
- ・ 現在の輸出のシェアを2、3年後に倍増させることを目標に拡大を目指す。



海外でのイベント風景

栃木県 第一酒造(株) (日本酒を台湾、香港、アメリカ等へ)



輸出向け商品

国内での日本酒の消費が減少する中、海外販売を模索し、平成5年から香港に輸出を開始。

海外で開催される試飲会等を通し、現在では世界各国へ販路を拡大している。

輸出量	21年度	2,500 ㍓	350万円
-----	------	---------	-------

【販売戦略、工夫した点等】

・海外での試飲会等に出展し、販路拡大に努めている。その結果、当初は日系のレストラン、スーパーが販売の中心であったが、現地のリカーストア、フランス料理店などでも取り扱ってもらえるようになった。

【輸出によるプラスの効果等】

・海外での販売戦略を国内にフィードバックすることにより、国内での販路拡大に繋がっている。



海外での試飲会風景

栃木県 天鷹酒造(株) (日本酒をアメリカ、台湾、香港へ)

「自分で製造した日本酒を海外で販売したい」という蔵元が集まり、平成8年に「日本酒輸出協会」を発足。

2年間は国内の首都圏に在住している外国人を対象に試飲会を開催し、そこから販路を開拓。世界的な健康志向や日本文化への関心の高まりに伴い、輸出量も年々増加している。

輸出量	20年度	6,900リットル	940万円
	21年度	8,900リットル	1,100万円

【販売戦略、工夫した点等】

- ・海外での試飲会等に出展し、販路拡大に努めている。
- ・海外でも馴染みやすいように、日本での販売名の他に、セカンドネームを付けて販売している。
- ・有機商品の輸出を行うため、海外での有機認証の取得を目指している。
- ・現在約5%の輸出のシェアを将来10%を目標に拡大を目指す。



海外での試飲会風景

栃木県 (株)東京フード (みそ加工食品を香港、中国へ)



台湾の展示会



ロサンゼルスの展示会



上海の展示会

東京フードでは、産地直送の素材を使用した東京調味みそを製造。
平成21年から香港、中国のスーパーマーケットを中心に輸出を開始。

輸出量 21年度 東京調味みそ 221kg

【販売戦略、工夫した点等】

- ・中国の日系スーパーマーケット「しんせん館」では、店舗販売の他に、インターネット販売も行われており、中国全土での販売に繋がっている。
- ・農林水産省が実施したコンテストで選定された「世界が認める輸出有望加工食品40選」に、東京調味みそシリーズのゆず味噌が選ばれたことにより知名度が上がった。
- ・アジアの展示会だけでなく、ニューヨークやロサンゼルスの展示会に参加して好感触を得ており、販路拡大を目指している。



中国「しんせん館」

栃木県 (株)パン・アキモト (パンの缶詰を台湾へ)



輸出向け商品

海外のメディアで商品が放送されたことから、台湾の企業との繋がりができ、平成21年から輸出を開始。
海外での展示会等を通し、販路拡大を目指す。

輸出量	21年度	500缶
-----	------	------

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 海外での展示会等に商品を出展し、販路拡大に努めている。
- ・ 各国ごとの要望に対応したラベルを作成している。
- ・ 賞味期限が1～3年の商品ではあるが、海外では非常食としての販売が見込めないため、各国のニーズを把握し、贈答品、おみやげ品としての販売を検討している。
- ・ 海外のシェアを将来50%を目標に拡大を目指す。



海外での展示会風景

栃木県 (株)おばねや (漬物を香港、台湾、韓国等へ)



上海展示会

平成11年から栃木県産野菜を主力とした漬物を香港、台湾、韓国などへ輸出を開始。

農薬問題等の影響を受け、海外でも食の安全・安心の意識は高まっており、現地での日本商品の信頼性は高く、海外での販売価格は現地商品の約2倍にもかかわらず輸出量は順調に増加している。

輸出量	20年度	16,000kg
-----	------	----------

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 海外で開催される展示会等に出展し、販売促進の取組を実施している。(平成22年5月 SIAL CHINA 2010、6月 FOOD TAIPEI 2010 に出展予定)
- ・ 商品の包材デザインを、海外でも受入れ易くなるよう工夫している。
- ・ 輸出先国から賞味期限のより長い商品を求められているため、瓶詰め商品の開発を行っている。
- ・ 漬物商品以外の商品開発を行い、ゴボウの粉末スープ、ドレッシング等の輸出を計画している。



海外での試食販売

群馬県農畜産物等輸出推進機構（東南アジアへの牛肉輸出の拡大）

【群馬県農畜産物等輸出推進機構とは】

農産物やその加工品などを取り扱う群馬県内の農協や事業協同組合、輸出事業に精通した各種団体などを構成員として組織されている。その目的は、群馬県産の農産物やその加工品の海外販路を開拓することによって、群馬県の農業や食品産業の育成と活性化を促進するところにある。

【平成21年度に実施した主な事業】

農林水産物等輸出促進支援事業によって、以下の活動を行った。

・海外輸出環境調査

タイの精肉市場、専門店及び量販店で売られている牛肉の価格、量目等を調査するとともに、一般消費者に対してもヒアリング調査を実施して消費者の傾向を把握した。

・海外販売促進活動

シンガポールの百貨店、香港におけるレストラン＆バーショーなどで、牛肉料理の試食やPR資材の配付を行った。また、取扱いのある飲食店等への記念品贈呈、取引先拡大のための試食会の開催など、上州牛及び上州和牛の定着、拡大のための活動を行った。

平成21年の輸出実績

白菜、キャベツ、レタス、とうもろこし、ズッキーニ、りんご(香港)

牛肉(米国、カナダ、香港、シンガポール)



試食販売(8月・シンガポール)



PR装飾(8月・シンガポール)



イベント出展(9月・香港)



販売状況等調査(2月・タイ)



調理方法等実演(2月・香港)



記念品贈呈(2月・シンガポール)

埼玉県 JAほくさい（米、野菜を台湾へ）



和紙調のパッケージ



太平洋SOGOでの販売風景



販売促進キャンペーンの様子

平成20年から、台湾に向けて埼玉県産米「彩のかがやき」および県産キュウリの輸出を実施。

21年度は、米・キュウリのほかにサラダ菜の輸出も実施した。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・現地産のものに比べて高価格での販売とし、主に富裕層をターゲットとした。
- ・米については、平成20年に輸出を行った際、PR効果を強めるために和紙調のパッケージを利用。好評を博したため、21年の輸出においても同様のパッケージを採用した。
- ・キュウリについては、現地の消費者に好まれそうなレシピを配布することでPRを図った。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・安全・安心な農産物のアピール。
- ・JAほくさい農産物のイメージアップにつながる。
- ・生産者の意欲が向上した。

【ウェブサイト】 <http://www.jahokusai.jp/>

千葉県 (株)和郷 (野菜、果物、鮮魚、米、肉、加工食品を香港、タイへ)

平成15年から香港へ野菜の間接輸出(国内商社経由)を開始。

平成19年12月、香港に現地法人(OTENTO香港)を設立し、独自に青果野菜、果物、鮮魚を輸出・販売する一貫体制をスタート。更に、平成21年1月からは、タイ国でも現地法人(OTENTOタイランド:平成18年3月設立)による一貫体制を実施。

県内産の野菜を中心に、果物(他県産のりんご、いちご、ももなど)、鮮魚(マグロ、うに、イクラなどの高級食材)、米、肉、加工食品を輸出し、独自ブランド「OTENTO」で販売。
(平成21年度の販売実績 約2億6,000万円)

【販売戦略、工夫した点等】

- ・間接輸出(商社経由)で得た経験を生かし、「軟弱野菜の予冷・梱包技術の習得」、「現地訪問とバイヤーからの現地情報の収集」、「青果限定にこだわらず、海外ニーズの高い鮮魚との混載」により、コスト軽減、商品価値の向上を実現。
- ・鮮度、品質の保持のため、前日収穫した野菜と当日早朝にセリ落とした鮮魚を、当日便で現地14:00着、当日配送を確立。



タイ、セントラルフード店での陳列

・平成17年9月、世界標準のEUREPGAPの認証を取得。また、将来、日本の農家が「攻めの農業」への展開に向け、日本における標準的なGAPを作るため、日本GAP協会の立ち上げに参画。(平成19年4月)GAP取得)

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出により現地のインフラや市場等の状況が把握でき、最終目標である海外での農場経営の計画に役立てている。
- ・独自の日本産ブランド「OTENTO」を海外で広めることにより、付加価値のある販売戦略が可能となる。



成田空港での積込準備

千葉県 (有)ジツカワフーズ (殻煎り落花生を香港へ)



香港シティスーパーでの陳列

平成21年3月の「FOODEX JAPAN」に出展した際に、香港のシティスーパーが落花生を探しており、それがきっかけとなり、同年6月から香港に輸出を開始。

全国の落花生生産の約85%を占める千葉県の中で、八街市を中心に生産されたものを海外に向け販路拡大に取り組んでいる。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・現地のバイヤーから現地情報を収集し、中国人の嗜好に合わせた辛いものを商品開発した。
- ・長期保存が可能となるよう、「落花生みそ」等を真空パックとした。
- ・香港、上海、ニューヨークの国際見本市等に積極的に出展し、PRとともに現地情報を収集し、販路を拡大。
- ・日本食ブームに乗り、日本食レストラン等にピーナッツバター等のサンプルを提供し、現地のニーズをつかむ。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・国内での販売がメインだが、成田空港内に出展したのをきっかけに、日本の落花生がどれだけ海外で通用するかを試すため、輸出に踏み切った。
- ・お客や消費者等の声がヒントとなり、新たな商品開発が進む。また、国による各種規制の違いから、輸出先別の商品を開発することができる。



ニューヨークでの国際見本市・出展ブースにて

千葉県 東総食肉センター(株) (千葉県産豚肉を香港へ)

香港の現地業者が新たな産地の豚肉を求めているという情報を入手し、平成21年11月から現地法人を経由し、香港に輸出を開始。

香港では、一般小売り用ではなく、レストラン等向けの食材として、オーダーに合わせての輸出となっている。



香港のレストラン「MIST」

【販売戦略、工夫した点等】

- ・衛生管理を徹底し、農場の選定には、マニュアルを作成し、食肉公社と東総食肉センターで自主選定を行えるようにした。
- ・香港も対米輸出に準ずるため、牛と同じマニュアルを取り入れたことと、ISO22000も取得した。
- ・コストの関係から空輸ではなく、船便の保冷コンテナとした。
- ・現地で千葉県産のブランドとして販売するため、オーダーに対して品物を切らさぬよう生産の拡大に努める。



千葉産豚肉を使用した料理

【輸出によるプラスの効果等】

- ・希望がロースとバラ肉になることから、他の部位の処理も加工品として輸出を検討。
- ・輸送コストがかかるため、肉だけでなく、当社の地元(旭市)で生産される野菜、米、魚を包括的に輸出できる体制を検討。

東京都 田村酒造場（日本酒を中国等へ）



平成12年から都内の卸売会社を通じて、主に中国などに現地飲食店等の要望を受け、当社の銘柄酒「嘉泉」を輸出している。

主な輸出先である中国では、「嘉泉」という銘柄名は縁起がよいという意味からも好評。

輸出量 平成21年度 466リットル

【販売戦略、工夫した点等】

- ・国内の飲食店で以前から「嘉泉」を仕入れていた顧客が中国で焼き鳥の店を開業することをきっかけに輸出を開始。
- ・中国以外でも現地邦人からの依頼があれば、少量でも輸出に対応している。
- ・輸出国に応じてビンや容器のデザイン、形状を各国のニーズに合うよう工夫している。
- ・現地展示会等に参加し、国外の販路拡大に取り組んでいる。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・東京、日本の枠にとらわれないことにより、販売の視野が広がっている。



中国向け本醸造



東京都 小澤酒造(株) (日本酒を米国等へ)



都内卸売会社の取り組みに賛同し、1985年から主に米国ニューヨーク市、ロサンゼルス市向けに日本酒の輸出を開始。

現在は、アジア、欧州など輸出拡大を図っている。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・現地展示会等の機会を活用してPRに取り組むとともに、現地レストラン等で顧客対応している担当者との意思疎通を図り、清酒「澤乃井」の特徴や品質保持への理解度を高めている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・お客様が現地レストラン等で、より良い状態で清酒「澤乃井」を楽しんでもらえるよう取り組んだ結果、海外の飲食店経営者等が自社醸造所を訪れるようになり、蔵元としての知名度が向上した。このことが、酒造りの更なる自信につながった。
- ・輸出量については、安定した輸出を行なっている。



輸出用の箱(アメリカ向け)



輸出用のラベル(アメリカ向け)

神奈川県 JA全農かながわ（温州みかんをカナダへ）



みかん輸出用ダンボール

温州みかんの輸出は、神奈川県出身でバンクーバー在住の輸入雑貨商を通して、大正初期からアメリカ・カナダ向けに始まり、生産者の所得増加や需給調整としての役割を担ってきた。

平成11年以降は、カナダのみの輸出となっている。

カナダではクリスマスオレンジとして親しまれ、この時期において、なくてはならないものとなっている。

神奈川県産のみかん輸出量、輸出額

平成20年	137t	10,618千円
平成21年	141t	10,223千円

【販売戦略、工夫した点等】

- 輸出当初は個人での輸出となっていたが、相手国の需要の増加により出荷組合を発足し、現在は、JA全農かながわが県内の温州みかんを集荷し、日本園芸農業協同組合連合会が全国の荷をまとめて輸出。
- 輸出に際し、当初、輸送中の品質劣化などの課題があったが、検査の強化を図るなどの対応を実施。

【輸出によるプラスの効果等】

- みかんの特性である豊作と不作を繰り返す隔年結果等で、豊作となった年はその過剰生産分を輸出にあてることで価格調整が行われ、農家収入の安定と共に、地域経済の活性化が図られる。



輸出みかんの選果作業

山梨県 JAフルーツ山梨（ももを台湾へ）



輸出用ケース

山梨県は日本一の生産量を誇るももの産地である。中でも中心的産地のひとつであるJAフルーツ山梨では、更なる販路拡大を目指し、平成18年から台湾向け輸出を開始。

光センサー選果により甘く高品質なももが出荷され、台湾では、贈答用等の高価格帯商品として引き合いが多い。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 輸出開始にあたり、病虫害のない確実な選果が絶対条件であり、従来の選果方法に加え、出荷ピーク時に専属の選果補助員を配置し、ハケ、エアーガンでの洗浄、検査作業を強化し、不合格品発生の抑制を図った。
- ・ 出荷箱に独自の名称(ロゴ)を入れ、「JAフルーツ山梨」ブランドイメージの確立を目指した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 輸出品光センサー選果機の導入により、高品質のももの出荷を進めたことから、国内向け販路拡大にも繋がった。

平成20年	輸出量	25 t
平成21年	輸出量	47 t



光センサー選果機

山梨県 JAフルーツ山梨（枯露柿を台湾へ）



「日本国甲州名産」名入り出荷箱

JAフルーツ山梨では、冬の山梨ブランドである枯露柿の消費拡大や農家所得の増加を目指し、平成19年から台湾向け輸出を開始。

枯露柿生産部会において「輸出に向けた出荷協議会」を開催し、さらなる販路拡大に努めている。

輸出量	平成19年	100 kg
	平成20年	145 kg
	平成21年	163 kg

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 輸出開始にあたり、国内産出荷規格は10規格あったが、2規格に限定し、品質の統一化を図った。
また、高級感を出すため、枯露柿を一個ごと包装した。
- ・ 輸出時期を台湾の正月に当たる春節前にあわせることにより、高価格での販売に繋がった。
- ・ 出荷箱に独自の名称を入れ、「JAフルーツ山梨」ブランドイメージの確立を目指した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 国産出荷に比べ高値で販売されたため、農家所得が増加した。



一個ごと包装された枯露柿

山梨県 JAふえふき（台湾向けももの輸出拡大）



光センサー選果機

山梨県は日本一の生産量を誇るももの産地である。中でも中心的産地のひとつであるJAふえふきでは、更なる販路拡大を目指し、平成18年から台湾への輸出に向けた出荷体制を整備した。

光センサー選果により甘く高品質なももが出荷され、台湾では、贈答用等の高価格帯商品として引き合いが多く、輸出量は年々増加。

輸出量	平成19年	91 t
	平成20年	137 t
	平成21年	118 t

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 輸出にあたり、病虫害のない確実な選果が絶対条件であり、従来の選果方法では限界がある。そこで、特に出荷ピーク時に専属の選果補助員を配置し、ハケ、エアーガンでの洗浄、検査作業を強化し、不合格品発生抑制を図った。
- ・ 出荷箱に独自の名称(ロゴ)を入れ、「JAふえふき」ブランドイメージの確立を目指した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 輸出量増加に伴い、産地登録共選所、生産者数が増加しており、その結果、高品質で安定的な生産量が確保され、国内向け販路拡大にも繋がった。



検査・選果作業

山梨県 JAふえふき （富有柿を香港へ試験輸出）



特設販売コーナー

JAふえふきでは、笛吹市の協力を得て、平成21年10月、同市石和町特産の「富有柿」を香港へ試験輸出し、現地でキャンペーン販売を実施した。

同JAでは、「来年は出荷量を2倍以上増やし、販売期間も長くして香港の富裕層への販路拡大を目指していく。」としている。

輸出量	平成21年	400kg
	単価（個）	350円

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 平成21年7月に山梨県知事が香港を訪れた際に、同行した市やJA関係者が特産柿のPRを行い、試験輸出が実現した。
- ・ 果実は、2L(280～300g)と大きく、糖度は20度と高いものを厳選した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・ 高品質の柿の出荷を進めたことから、国内向け販路拡大や農家所得の増加に繋がった。



富有柿

長野県 川上村野菜生産販売戦略協議会（レタス等を台湾、香港へ）



台湾での野菜フェアの様子

川上村は夏秋レタスの生産量日本一。頭打ちである国内への販売を打開するため、平成18年7月から、レタスを中心に台湾への輸出を開始。台湾で出回る米国産の固いものと比較して、柔らかく甘みのある川上村産レタスの特徴を、現地の百貨店の物産展でアピール。また、平成20年からは、香港への輸出も開始した。

輸出量

平成20年 結球レタス 25 t、はくさい 25 t、グリーンボール 2 t、キャベツ 1 t
平成21年 結球レタス 88 t、はくさい 50 t、グリーンボール 5 t

【販売戦略、工夫した点等】

- ・輸出開始にあたりテスト輸出を行い、着荷の状態とニーズ等を確認。
- ・PRのため、レタス料理や村の紹介を掲載した現地向けパンフレットやポスターを作成し、スーパー等に配布。また、村独自で物産展を開催。
- ・川上村のオリジナルのラップを作成し、台湾で「川上ブランド」を推進。
- ・消費者が購入時にレタスに触ることによる傷みを軽減するため、米国産ではすでに行われていた1玉ごとのラップ包装を実施。



香港での野菜フェアの様子

長野県 JAみなみ信州（なしを台湾、香港へ）

JAみなみ信州では、台湾・香港で日本産果実が高級果実としての位置づけが強い事に注目し、平成18年から販路拡大と国内販売ピーク時の価格維持を目的に、「二十世紀なし」と「南水」の輸出を開始。

【輸出の現状と課題点】

- ・JAみなみ信州は、取引のある東京の市場関係者からの勧めをきっかけに、なしの輸出を開始。
- ・9月末の中秋節にあわせ、やや青みの強い大玉の「二十世紀なし」を、その後晩秋にかけては赤なしの「南水」をリレー出荷し、長期間の販売を実現。
- ・需要期（中秋節・旧正月）に輸出するため、出荷時期の調整や、世界的経済不況による現地ニーズの変化に柔軟に対応できる販売方法の検討が必要。
- ・平成21年度は、日本と台湾との残留農薬基準の違い等により、台湾での輸入検疫が不合格となった事例が多く報告された。その場合、産地として高いリスクを伴うことから、対応を慎重に検討し輸出を控えた。
- ・平成22年度は、輸出可能な防除体系に変更し、輸出事業拡大に向けた積極的な取り組みを展開している。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出を行うことにより国内の流通量が適正に保たれるため、国内価格の維持につながっている。
- ・「なし」の輸出を生かした販売ルートにより、他品目への輸出事業拡大に向けた新たな戦略展開が望まれる。

輸出量			< 台湾 >	< 香港 >
平成19年	二十世紀		9.0t	23.0t
	南 水		36.0t	49.5t
平成20年	南 水		68.0t	7.5t
平成21年	南 水			10.0t



パック販売されている南水

長野県 信州下伊那くだもの直販(株) (市田柿(干し柿)・なし等を台湾、中国へ)



台湾での市田柿フェアの様子

平成19年から新たな販路拡大のため、台湾、中国への商業ベースでの輸出を本格的に開始。中国ではりんご・なしのフェアを開催。また、台湾でも販売促進を行っている。市田柿は、自然食品としての評価も高く、まとめ買いするリピーターも現れるなど人気が高い。

輸出量

	市田柿 (台湾)	なし (台湾・中国)	りんご (台湾・中国)	もも (台湾)
平成19年	2 t	17.5 t	5 t	2 t
平成20年	2 t	20 t	3.5 t	2 t
平成21年	1 t	7 t	7 t	1 t

【販売戦略、工夫した点等】

- ・同社は平成18年のテスト販売以降、現地消費者のニーズをつかみ、台湾輸出用の市田柿 200g入り包装袋、720g入りギフト用化粧箱を開発。
- ・飯田市と連携して、現地の百貨店やスーパーでの試食提供やパンフレットの配布等PR活動を実施。
- ・台湾への輸出のきっかけは、飯田市が行っている人形劇を中心とした文化交流、観光インバウンド等により、信頼関係、ネットワーク等が築かれていたことによる。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・販売は、市場や商社を介さず下伊那園芸協同組合の子会社である同社が行い、生産者である組合員は、海外での販売に対して関心を持つことにより、品質の高い生産へ結び付いている。
- ・台湾では市田柿の輸出販売が契機となり、なし、りんご、ももの輸出販売が可能となった。
- ・輸出向けに開発した商品が、日本国内での高付加価値販売商品となった。

長野県 金崎隆 (白米を台湾へ)



台湾での出展の様子

白米(キヌヒカリ)を平成19年11月に台湾の高級スーパー向けに輸出を開始。20年からは、年2回輸出している。

輸出量(台湾)	平成19年 11月	750kg	
	平成20年 3月	750kg、10月	375kg
	平成21年 3月	375kg、10～11月	1,875kg
テスト輸出量(香港・上海)	平成20年 10月	30kg	

【輸出のきっかけ】

・平成19年11月、台湾で開催の「信州長野展」に「金崎さんちのお米」を出展。評判が良かったことから、以降、継続して輸出している。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・米袋パッケージの表と裏に「第7回全国米・食味分析鑑定コンクール金賞受賞」を、裏には生産者の顔写真を印刷した。
- ・米袋を真空パックとして米の品質が低下しないよう配慮した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外へ輸出することにより、国内でのブランド名が高まった。
- ・20年10月に香港、上海へのテスト輸出につながった。

パッケージ



(表)



(裏)

【ウェブサイト】 <http://www.kanazaki-okome.com/>

静岡県 JA静岡経済連（紅ほっぺ等を東南アジア諸国へ）



タイにおける紅ほっぺ売場

静岡県で生産された紅ほっぺ等をタイ(バンコク)、シンガポール、台湾、香港、ドバイ(試験)へ輸出。

JA静岡経済連が事業主体として、21年度で2年目を迎える。

紅ほっぺ輸出量

平成21年度 1400パック程度(前年比約2倍)

【販売戦略、工夫した点等】

通気性の良い輸出専用容器を使用した。

輸出国の増加(台湾、ドバイ)。

販売期間の拡大を目標とし、21年度は年内からの販売を実施した。

紅ほっぺの他に高糖度トマト、次郎柿等の試験輸出を実施した。

【ウェブサイト】 <http://jashizuoka-keizairen.net/>



台湾でのフェアの様様

静岡県 JA静岡経済連（温州みかんをカナダ、米国等へ）

明治34年に、県内の農家が米国へ輸出したのが始まり。

108年の長い歴史の中で、国内の供給過剰の回避や生産者の収入増に貢献してきた。

カナダ向けはクリスマスの必需品として定着。

輸出量 平成21年 579t

【販売戦略、工夫した点等】

- ・以前は個人が輸出していたが、輸出農家の増大とともに、地域の販売組合がまとめて輸出するようになり、現在は、日本園芸農業協同組合連合会が全国の荷をまとめて輸出。
- ・カナダでは、デコレーションとしての色合いのよい物が重視されるため、みかんが色づく前に収穫して出航するなど、出荷時期を調整。
- また、腐敗を防ぐため、傷がつかないように気をつけている。



輸出用のケース

【輸出によるプラスの効果等】

- ・国内価格が安い年には生産過剰分を輸出することにより、農家の収入が増え、このことが地域経済の活性化にも繋がった。

【ウェブサイト】 <http://jashizuoka-keizairen.net/>

静岡県 JA静岡経済連（静岡茶を米国へ）



商品一例

平成18年8月から米国ホノルル市において、日系量販店に常設の販売棚を確保し、静岡茶の販売を開始。

また、現地婦人団体等に対し「お茶の入れ方教室」を開講し、日本茶の認知度を高めるための情報発信を実施。

輸出額等 21年度 15商品 100万円

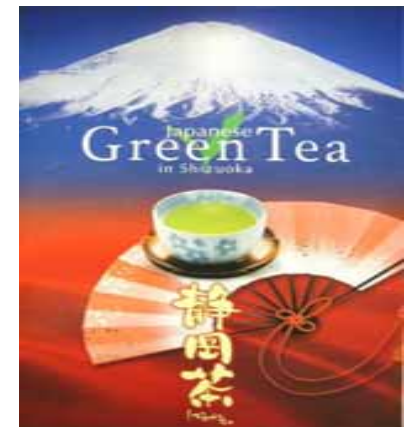
【販売戦略、工夫した点等】

- ・平成17年度から行われた、新JA静岡3か年計画の「販売事業の強化策」において、静岡茶の新たな販路を構築する事業として実施。
- ・米国「バイオテロ法」により必要となった、食品医薬品局(FDA)への登録及び発送の事前通知に迅速に対応。
- ・米国本土に向けたインターネットショッピングサイトの開設。
- ・日本からホノルル市へ輸出し、そこから米国内へ発送するという、ハワイを中継点とした物流の構築。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・米国における販売拠点が定まり、「静岡県」の認知度の向上のため、静岡茶の販促活動と併せて、茶以外の県内農産物の試験輸出を実施。
- ・行政や関係企業と連携し、その他の商品を含めた「静岡物産展」をホノルル市で開催し、静岡ブランドの定着を目指す。

【ウェブサイト】 <http://jashizuoka-keizairen.net/>



海外向けパンフレット

静岡県 JA伊豆の国 (本わさびを香港へ)



香港でのフェアの様子

伊豆市は、森林に囲まれた大自然と豊富な水を利用し、全国トップクラスを誇るわさび産地となっている。

JA伊豆の国修善寺営農センターでは、わさびのブランド力強化と新たな販路拡大のために、平成17年に香港への輸出を開始した。

販売先は香港のシティスーパーである。香港での日本食ブームが続く中、本わさびの浸透に努めている。

平成21年度 輸血量 約80kg(推計)

【販売戦略、工夫した点等】

- ・本わさびは、商品として1ヶ月ほどもつが、緑色を保つには、2週間位が目安となる。
- ・鮮度を維持するためにも航空便で送る必要があり、結果、輸送コストがかかり、現地価格は日本国内価格の数倍になってしまう。
- ・日本国内では流通しづらい20～30グラムの小さなわさびを輸出し、価格の低下を図っている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・生産者にも現地フェアに参加してもらうことで、海外での販売に関心を持ってもらうとともに、生産意欲の向上等につながる。



伊豆市筏場のわさび田

【ウェブサイト】 <http://www.ja-shizuoka.or.jp/izu/>

新潟県 錦鯉養殖業者（錦鯉を世界各国へ）

優美な姿は「泳ぐ宝石」と呼ばれ、日本を代表する観賞魚の錦鯉を世界各国へ。
（輸出先：オランダ、ドイツ、アメリカ等）

錦鯉の発祥地である新潟県で、錦鯉の輸出を20年以上前から取り組む。

平成16年の新潟県中越地震により甚大な被害を受けたが、復興を図り輸出拡大に取り組む。



錦鯉品評会に来場した外国人



泳ぐ宝石・錦鯉

平成21年の輸出尾数 22カ国 711千尾

（輸出衛生証明書を必要とする国のみ）

【販売戦略、工夫した点等】

- ・新たな疾病（コイヘルペス病）の蔓延防止に対して地区の生産者全体で迅速に対応するなど、顧客の信頼を得るため、疾病対策を強化。
- ・海外バイヤーに対する錦鯉の輸送・飼育方法の技術指導や海外で行われる錦鯉の品評会での審査協力・指導の実施。
- ・海外で行われる物産展への参加及び好まれる品種の生産。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・地域における中山間地での基幹産業となり、後継者が確保できている。

富山県 (有)仁光園 (生食用鶏卵を香港へ)



香港での試食販売

平成20年2月に、日本農業法人協会が香港で開催した現地バイヤーとの商談会において、「卵かけご飯」が好評だったことをきっかけに、同年10月に富山市で開催された「農林水産物・食品輸出オリエンテーションの会」への参加や、香港で再度開催された商談会を経て、バイヤーと取引契約を締結。

平成21年3月からは、香港の百貨店で生卵を常設販売し、輸出量の増加につなげている。

平成21年度 輸出量 62,300個(約3,900kg)

【販売戦略、工夫した点等】

- ・農場の衛生管理を徹底し、平成20年6月には、国際的認証機関による「農場HACCP認証」を取得。そのことにより卵の中のサルモネラ菌の清浄化に成功。
- ・客の目の前で卵を割り、ご飯にかけて試食してもらい、「生食」という食べ方自体を宣伝。
- ・レストランにも納入し、メニューとして「卵かけご飯」を提供することにより、販売量を拡大。

【ウェブサイト】 <http://niko-en.co.jp/index.html>

石川県 JA金沢市（日本梨を台湾へ）

生産者が現地に赴き販売促進活動を行い、生産した農産物が海外で評価され販路が拡大したことで、生産意欲が向上。

平成19年度から台湾へ南水梨を輸出開始。

平成21年度 輸出量 3,000ケース(15トン) 集荷量に占める輸出比率(46%)



台北市での販売

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 市場関係者から、金沢梨「南水」の輸出を勧められた。国内主産地の南水梨は10月から出回るが、金沢では9月に出荷でき、先行販売できることから輸出の取組みを開始。
- ・ 産地圃場での防虫対策を万全に行うとともに、選果後のエアー洗浄の徹底など、台湾の検疫に対応。
- ・ 平成22年度においては、輸入元から前年並みの輸出量を要望されており、国内の流通も加味しつつ、出荷計画を検討中。

【ウェブサイト】 <http://www.is-ja.jp/kanazawa/>

JA福井県経済連（福井米、福井すいか等を香港、台湾へ）



福井すいか等販売(香港)

- ・平成17年度から香港、台湾に福井米・すいかの輸出を開始。
- ・平成20年度から、県、ジェトロ福井、JA中央会、JA経済連で、「福井県産農産物等輸出促進研究会」を設置し、輸出相手国や輸出品目の拡大を推進。
- ・現在、農産物は、福井米、福井すいか、メロン、越のルビー(トマト)の4品目を輸出。

【平成21年度輸出量(重量ベース)】

福井米：約6.3t、 福井すいか：約7.5t

メロン：約0.4t、 越のルビー(トマト)：約0.2t



福井米等試食販売(台湾)

【平成21年度の新たな取組み】

- ・シンガポールで福井米等のフェアを開催
- ・販売品目を福井県産農産物等の加工品まで拡大

【ウェブサイト】 <http://www.ja-fukuikeiz.or.jp/>

岐阜県農林水産物輸出促進協議会（富有柿を香港、タイ、シンガポールへ）

岐阜県農林水産物輸出促進協議会は、富有柿の輸出拡大に向け香港に続く新たな輸出先国として、平成21年から、タイ、シンガポールへの輸出を開始した。11月にはタイの百貨店、12月にはシンガポールの百貨店において、農産物フェアを開催し、富有柿を中心とした農産物をPR販売した。

タイでは、岐阜県知事自らが、現地の要人等を招いたレセプションや農産物フェアにおいて、岐阜県の農産物や観光地をPRするトップセールスを展開した。



知事等によるトップセールス(H21.11月)



百貨店での富有柿フェア(H21.12月)

富有柿の輸出量

輸出先：香港、タイ、シンガポール

H20 8t H21 9t

【販売戦略、工夫した点等】

タイでのレセプションにおいて、各界の代表者に対し、岐阜県知事や全農岐阜会長によるトップセールスを展開した。

【今後の展開】

富有柿の輸出の定着・拡大を目指し、香港、タイ、シンガポールでの継続的な販売促進活動を展開する。

岐阜県 天領酒造(株) (純米吟醸酒をアメリカ、中国、ロシアへ)



純米吟醸酒
「天領飛騨はまれ」

1680年創業の老舗酒造メーカーで、地酒「天領」は、平成19年から3年連続全国新酒鑑評会で金賞を受賞している。

また、海外市場開拓にも力を入れ、これまでアメリカをはじめ、20年秋より中国(北京、上海)でも取引を開始。21年春からロシアへの輸出を開始し、清酒の国内市場が縮小傾向にある中、将来的に大きな市場となる海外市場への輸出拡大を目指している。

【販売戦略、工夫した点等】

吟醸酒を輸出することから、高級感のある商品のデザインと、パンフレットやPOP等を英語表記にした。また、パンフレットに、清酒の製造工程を記すことで「天領の酒」をPRした。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出により、新しい販路の開拓ができた。
- ・20年にロシアで行われた現地コンペで最高位の金賞を受賞し、このような海外での評価が国内販売に好影響をもたらした。



海外での試飲会の様子

【ウェブサイト】 <http://www.tenryou.com/>

愛知県 豊橋田原広域農業推進会議（次郎柿、アールスメロンを香港へ）

全国有数の農業地域である東三河地域の「豊橋田原広域農業推進会議」（構成：ＪＡ豊橋、ＪＡ愛知みなみ、豊橋市、田原市）が中心となり、地元特産品である次郎柿及びアールスメロンの香港向け輸出を開始。

21年度は、店頭販売や百貨店バイヤーとの商談において、豊橋市長及び豊橋農業協同組合長によるトップセールスを実施し、輸出量の拡大を図ってきた。

また、「農林水産物等海外販路創出・拡大事業」を活用して、ロシア及びアラブ首長国連邦に次郎柿のサンプル輸出を行った。



豊橋市長らによる店頭での試食販売



香港での試食販売

柿及びメロンの輸出量（推進会議取扱数量調べ）

次郎柿：H20 1.6t H21 1.2t

アールスメロン：H20 0.5t H21 2.8t

【販売戦略、工夫した点等】

国内消費量及び販売価格の低迷をうけ、平成16年度に地域のＪＡ等により輸出プロジェクトを立ち上げ、次郎柿のサンプル輸出を開始。平成18年度から行政も参画して官民一体となった取組を継続中であり、海外見本市への出展や現地における試食販売などを実施。さらには、梱包資材や鮮度保持技術等の開発について取組を進めている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・マスコミ等に取り上げられることで、生産者の意識が向上。
- ・検疫対策に取り組む中で工程管理の重要性を感じ、ＪＧＡＰ認証取得を目指す取組を開始。

【ウェブサイト】 <http://www.toyohashi-tahara.jp/>

愛知県 豊川市農政企画協議会 (イチジク、イチゴをタイへ)

豊川市、JAなどが主体となり、平成19年7月、「豊川宝飯地区農産物輸出研究会」を立ち上げた(現在は、豊川市農政企画協議会に名称変更)。

平成20年度に愛知県が実施する「輸出実践モデル事業」を活用して、タイ・バンコクの大型ショッピングセンター2店舗にて、平成20年7月に「豊川宝飯イチジク・メロンフェア」、21年1月に「豊川宝飯イチゴフェア」と題し、試食PRと販売普及活動を実施し、平成21年度についても販売活動を実施した。



イチジクの販売風景



イチゴを使ったフルーツパフェ

輸出数量(H21:協議会取扱数量調べ)

イチジク: 5kg

イチゴ: 150kg

【販売戦略、工夫した点等】

- ・輸送時の傷みを軽減するために、品目ごとに包装資材等の改良を行った。
- ・現地フルーツパーラーでは、イチゴパフェにして提供するなど、生食と違った商品提供を実施した。
- ・現地フリーペーパーに掲載し、店外での商品PRを実施した。

【今後の課題と展開】

- ・信頼できる現地パートナーの確保
- ・生産者に輸出の意義や効果の確認
- ・PR活動の推進と安全・安心対策の徹底など、品質向上への取組



愛知県 (株)平松食品 (つくだ煮を食材として台湾、香港、アメリカへ)

平松食品が作るつくだ煮は、大正11年より培った伝統の技法とISO22000(食品安全マネジメントシステム)を融合し、高品質で安全・安心なつくだ煮作りに努めている。

旧来のつくだ煮と異なり、惣菜風のあっさりとしたやわらかな仕上がりで、従来のつくだ煮のように食卓の脇役にとどまらず、サラダのトッピングや料理素材にするなど多様性に富んでいる。

海外での評価も非常に高く、「いわし甘露煮」、「さんま蒲焼」が世界食品コンクール「モンドセレクション」において、平成17年から5年連続金賞以上を受賞している。



CRFA show トロントの様子 (H21.3月)



いわし甘露煮とポテトサラダのタパス

輸出先：台湾、香港、アメリカ

【販売戦略、工夫した点等】

- ・食文化の違いにより、海外の方につくだ煮等の味を受け入れてもらうためにキーワードを考えた。
- ・つくだ煮を「TERIYAKI FISH」とすることで、味のイメージが伝わり、海外でも受けいれられるようになった。



ロゴマーク

【輸出によるプラスの効果等】

日本食だけではなく、フランス料理、スカンジナビア料理、スペイン料理などの食材として活用するという発想が、つくだ煮の新しい方向性を見出すことができた。

【ウェブサイト】 <http://www.bisyoku.com/>

愛知県 豊田市農産物ブランド化推進協議会 あたご (愛宕梨等を香港へ)

豊田市、JA、関係者団体等が主体となり、「豊田市農産物ブランド化推進協議会」を平成元年に設立。生産者の所得向上と知名度の確立を目指し、平成19年より香港及びタイへ「愛宕梨」のテスト輸出を開始し、平成20年より香港への輸出が定着した。

21年は、品種「あきづき」、「観月」についてもテスト輸出した。

なお、愛知県は愛宕梨の産地で、1玉の大きさは通常で1kg、特大だと2kgを超え、日本一のジャンボ梨の愛称で親しまれている。



香港量販店内の試食会の様子



ジャンボ梨の愛宕梨(右)

H21梨の輸出数量(合計:2.9t、輸出先:香港)

愛宕	H20	1.0t	H21	0.6t
あきづき	H21	1.8t		
観月	H21	0.5t		

【販売戦略、工夫した点等】

- ・英語版の販促チラシを作成し、産地PRを行った。
- ・平成21年9月10日から4日間、香港の量販店において、JA豊田が主催する梨などの試食会を実施し、販売強化に取り組んだ。

【今後の課題と展開】

- ・22年度は、タイ(バンコク)やシンガポールへの輸出を計画している。
- ・22年度は、梨以外の果物のテスト輸出を検討している。

愛知県 豊明花き(株) (洋ラン鉢物を中国、中東へ)



豊明花き株式会社は、日本一の花き生産県である愛知県に所在する卸売市場。

輸出の取組では、卸売市場の特性を活かし、県内はもちろん、日本中で生産された秀逸な花き鉢物を、世界中をターゲットに定めて紹介し、そのマーケットにおける可能性を探求している。

21年度は、輸出促進補助事業を活用し、アメリカ、ロシアを対象に嗜好等調査を実施し、またアメリカ(NY)に4回にわたる試験輸送を実施した。

海外向けは統一ブランド「JFI」で展開

洋ラン鉢物(シンビジウム等)輸出量:H21 1,400鉢

【販売戦略、工夫した点等】

- ・海外の展示会に積極的に参加し、バイヤーにサンプルを送り、日本産の鉢物の良さをPR。
- ・海外向けには統一ブランド名を用いて輸出。

【輸出によるプラスの効果等】

海外見本市で実際に商品を見てもらうことは、PR効果が非常に高く、日本産鉢物の魅力を海外の多くの方に知ってもらうことができたこと。

また、出展後には多くの問合せがあり、定期的な商用輸出に向けた見通しができたこと。



IPM Essen2010の日本パビリオンで展示された日本産洋ランの数々

【ウェブサイト】 <http://www.toyoake.or.jp/>

愛知県 (株)あいや (抹茶を世界各国へ食品素材・飲料向けに輸出)

日本有数の抹茶の生産地で知られる愛知県西尾市を代表する加工食品事業者であり、抹茶、緑茶全般の輸出に取り組んでいる。

輸出のきっかけは、欧米でフレーバーティーが好んで飲まれていることを目のあたりにしたことから、抹茶も欧米市場で受け入れられるのではないかと察知したことであり、いち早く市場に参入したことによって、現在では世界各国へ広まっている。



グリーミナルOM(退色防止抹茶)



海外見本市の様子

輸出先国：ドイツ、アメリカ、イギリス、フランス、カナダなど

【販売戦略、工夫した点等】

欧米ではオーガニック茶の需要が多いため、それに対応すべく、欧米向けのオーガニック抹茶を栽培し、抹茶業界で初めて欧米それぞれの有機栽培認証を取得。

欧米の市場にいち早く対応したことが、大きなアドバンテージとなった。

【輸出によるプラスの効果等】

日本が誇る伝統文化である茶道のみならず、食品・飲料素材又はフレーバーなど、さまざまな形で世界各地へ広めることができたこと。

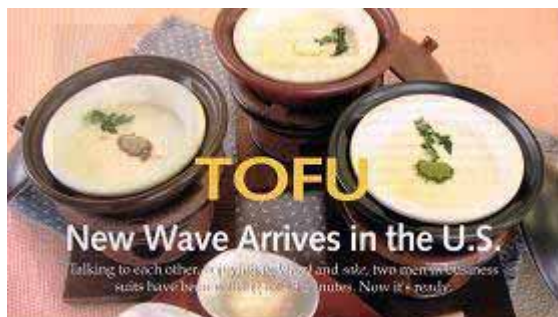
【ウェブサイト】 <http://www.matcha.co.jp/>

三重県 ミナミ産業(株) (作りたての温かい豆腐を世界各国へ)

豆腐等の食品機械製造メーカーであるミナミ産業株式会社は、豆腐業界が年々縮小していく中で、オカラの出ない豆腐製造機械の製造販売や、卓上で作る小型の豆腐製造器を開発するなど、豆腐の新たな需要拡大に一役買っている。

韓国に豆腐製造器を持ち込んだのがきっかけとなり、2006年から輸出に取り組み、現在では主に欧米、アジアの日本食レストラン向けに製造器とセットで豆腐(豆乳)を輸出している。

また、豆腐の原料となる豆乳の長期保存技術や、尾鷲海洋深層水を使用した塩(香味塩)の開発にも成功し、品質と食味の向上を図っている。現在では、大豆加工食品を中心としたヘルシーな食生活を提案する「萬来ブランド」の確立を目指している。



萬来ブランドの数々

輸出先: アメリカ、欧州、香港、台湾など

【販売戦略、工夫した点等】

- ・日本の食文化にとらわれずに、マーケット・インの発想で輸出に取り組んでいる。
- ・調味料にもこだわり、日本産食材の安全性も活かしている。

【今後の展開】

- ・国内人口の減少と外食マーケットの縮小が予想されることから、更なる輸出拡大を目指す。

【ウェブサイト】 <http://www.minamisangyo.com/>

三重県 紀北町商工会（ひものを東アジア、米国へ）

平成16年度に、初めてスタートした政府の「JAPANブランド育成支援事業」を活用して、紀北町商工会の基幹商品となるひものについて、“焼く手間”、“火加減の難しさ”、“煙・におい”など、従来敬遠されてきた問題をすべてレンジ調理で解決した『レンジでひもの』シリーズ商品を開発した。

『レンジでひもの』シリーズ商品を核に、東アジア（上海・北京・香港・マカオ・台湾）では“紀北町職人の技と味”を集結させ、一方、健康・環境志向が進む成熟市場の米国（シアトル・ニューヨーク）では“豊かな自然の紀北町の新鮮な美味しさをそのまま届ける職人の技と味”という『きほく』ブランドとして、市場創造とブランド拡張を目指したプロモーション・調査を実施している。



公募により決定した最優秀ロゴマーク



パッケージデザイン

【販売戦略、工夫した点等】

- ・JAPANブランドの冠、商工会という信用度、取引企業の一本化による商品出荷の安全性による信頼と顧客を一元管理する目的で、町の商社機能を果たす民間むらおこし会社「ギョルメ舍フーズ(株)」を販売窓口とした。
- ・ブランドロゴをニューヨークの広告代理店との協力により世界中から公募し、パッケージやリーフレットなども米国の一流デザイナーにより制作した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・小さな町の小さな企業（民間むらおこし会社「ギョルメ舍フーズ(株)」）が、国内大手卸企業と香港の高級スーパーマーケットの口座獲得などにより、20数社の一流企業と取引できるようになったこと。
- ・関連する地域水産加工小規模事業者に更なる挑戦意欲と連帯感を喚起することができたこと。

【ウェブサイト】 <http://www.kihoku-shokokai.jp/>



リーフレット

滋賀県 西びわこ農協（米をマレーシアへ）



輸出商品

平成19年度よりコメの輸出を開始。

平成19年度は、アメリカの高級レストラン向け、平成20年度及び平成21年度は、マレーシアの日系百貨店向けに輸出を実施した。

平成21年度輸出量

コシヒカリ 3トン

【販売戦略、工夫した点等】

・商品をPRするため、現地用パッケージとともに、商品説明パンフレットを作成し、輸出先での販売促進に努めた。

【輸出によるプラスの効果等】

・組合員向け広報誌等により輸出事業を広報することで、生産者の意欲向上につながっている。

京都府 宇治の露製茶(株) (日本茶を中国、香港、シンガポール等へ)

約140年前の古くから輸出に取り組んでいる。また、40年ほど前の日本の百貨店の海外進出をきっかけに海外展開を図り、現在では現地量販店での小売製品を販売。

シンガポールの福寿園店舗での販売商品は、出荷頻度を高めて新鮮なものを届けるため、航空機を活用。



上海にある福寿園の店舗



北京イオンでの試飲販売

【ウェブサイト】

<http://www.fukujuen.com/>

輸出货量	平成20年	145トン	平成21年	156トン
------	-------	-------	-------	-------

【販売戦略、工夫した点等】

・『宇治の露製茶株式会社』は、京都の老舗『株式会社福寿園』のグループ会社。同グループが海外で販売する商品の中身は国内向けと同じものであるが、近年増えている海外からの観光客にも理解してもらえるよう、パッケージには出来るだけ英語表記をして共通化し、海外でも国内でも同社の茶を愛飲いただけることを目指している。

・海外での売上高は、事業開始以来、好調に推移。さらなる販路拡大に向け、費用対効果を考慮しながら今後も海外へ出向き、展示会への出展や、現地での販売促進に力を入れている。

・近年はアジア戦略に力を入れており、シンガポール、台湾、中国に『福寿園』の店舗を出店。中国では現地量販店での販売も軌道に乗り始め、上海を初めとして全土へと拡大しようとしている。

・一番重要なポイントは、海外で商品を卸販売いただく良いパートナーを見つけ、良好な関係を継続的に築くことであると感じている。

【輸出によるプラスの効果等】

・多くの輸出国で好評を得ているということは、国内でもPR材料の一つとして活用でき、また、来日観光客の手土産として好評を得ている。

京都府 京都名酒会（ほんものの日本酒を世界へ）

「京都名酒会」設立主旨：京都産日本酒（清酒）が古都京都の文化に育まれた伝統産品であることを認識し、京都の食文化や伝統を伝えることに貢献することを目的に設立。

ドイツを拠点に、EU圏内で現地ネットワークを構築し、日本酒の啓蒙・普及と拡売を目指す。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・京都ブランドのみを扱う現地法人を活用し、試飲会の他、日本食レストランにて、食と酒の両方で日本食文化をPR。
- ・製品の背景である文化・歴史を紹介することによって、ワイン文化が根付いている国においてプレミアムな日本酒としてのブランド確立を図っている。



現地法人京都センターはドイツ・フランクフルトの一等地にあり、話題のスポットになっている。

【輸出によるプラスの効果等】

日本酒が常によい保存状態にあり、試飲もできる場所は欧州においてはきわめてまれであり、注目度も高く、ドイツを足がかりに広くEU圏への販売を目指している。

【ウェブサイト】 京都名酒会メンバー

招徳酒造(株) <http://www.shoutoku.co.jp/>

松本酒造(株) <http://www.momonoshizuku.com/>

(株)増田徳兵衛商店 <http://www.tsukinokatsura.co.jp/>



常設の展示(ドイツ)



現地ドイツ有力紙の編集者を蔵元へ招聘し、製品の背景を詳細に説明した。

大阪府 日本花き国際化推進協議会（高品質な日本の花き類をアメリカ、ロシア等へ）

西日本初となる花き輸出推進団体として、平成20年度に設立。これまで安定的な輸出が行われていなかったアメリカ及び極東ロシア向けの切花輸出をビジネス化すべく、現地での商談会や、輸出向けパンフレットの作成等、幅広い取組を展開。

平成21年輸出量 24.6万本

【販売戦略、工夫した点等】

- ・インターネットを用いた日本の花き商品を海外バイヤー向けに画像付きで毎週無料発信する情報発信サービスを開始。
- ・情報発信～物流まで市場(会員)が一括して行い、今まで機会の無かった少量品目や小規模生産者でも輸出が可能なシステムを構築。
- ・輸出向け梱包資材等に工夫を重ね、物流コスト等の軽減を図り、販路拡大を目指す。



NYでの展示商談会の様子



NY卸業者で評価の高いスイートピー

【輸出によるプラスの効果等】

- ・NYの多くの卸業者やデザイナーが、高品質な日本の切花に強い関心を抱くようになった。
- ・海外に販路を開いて高い評価を受けることで、国内生産者が希望を持てる明るい話題を提供でき、また、高い評価を受けている情報を日本に戻すことにより、日本国内の業界の活性化を喚起できる。その結果、生産者の安定した販売価格につなげることが可能になってくる。

兵庫県 エム・シーシー食品(株) (レトルト食品、冷凍食品をアジア等へ)

海外での食品展示会や百貨店の日本フェアへの出展などにも参加し、海外に進出している。
百貨店や高級スーパーなどでの家庭用向け商品のみならず、安定した品質や使い勝手の良さから、シンガポール、香港、中国等では、レストラン向けの業務用食品も高い評価を受けている。
‘MADE IN JAPAN’に対する高い評価を追い風に、様々な国で高級食材の販売を積極的に展開している。



台北そごう百貨店での宣伝販売



上海久光百貨店での物産展

【販売戦略、工夫した点等】

- ・台湾では、パッケージが一定の認知を得ており、定番化につながっている。
- ・中国各地の百貨店で開催される日本食品フェアなどに出品し、積極的に海外への販路開拓を実施。
- ・近年の日本食ブームもあり、シンガポールや香港のレストラン、Coffee Shopなどの業務用商品も好評で、さらなる需要が見込まれる。
- ・韓国では、現地企業との取組でレトルト商品群の製造販売も計画。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・上海、香港、台北、シンガポール等では、富裕層の増加により加工食品のニーズが高く、また「日本製」という安心感もあり、高価な商品でも高く評価されていることから、今後の更なる広がりが期待できる。

【ウェブサイト】 <http://www.mccfoods.co.jp/top/>

兵庫県 沖物産(株) (ワカメの佃煮などを台湾、香港、中国等へ)

日本の伝統的食材「佃煮」を通して、日本の食文化を紹介。
HACCP対応の自社工場生産した「わかめ煮」や「くぎ煮」などのオリジナル淡路島産品をタイ、台湾、香港、シンガポール、中国へ輸出。



百貨店で催事販売

【販売戦略、工夫した点等】

- ・国内外の商談会や海外展示会に出展するだけでなく、海外の新規取引先訪問や百貨店での催事出展などを積極的に行う。
- ・B to B 商談会やB to C販売を通じて現地消費者の反応を実際に感じ、商品の改良、認知度アップ及び販路開拓を進めている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・世界の皆様に「おいしい」がどこまで広がるか、国内販売の延長ととらえ、挑戦中。
- ・日本で通じなければ世界は無理と考え、さらに国内販売に力が入る。

【ウェブサイト】 <http://www.okiproducts.co.jp/>



一般消費者へ販売

兵庫県 (財)神戸みのりの公社 (神戸ワインを中国、香港等へ)

100%神戸市内産の欧州系ワイン専用最高級品種を原料とする神戸ワインを輸出。本場フランスの超難関とされるワイン醸造の国家資格であるエノログを取得した醸造士が、「神戸ブランド」として、ボトルやラベルにこだわったワインづくりを手がけている。



香港ジャスコでの陳列の様子

平成21年度実績

中国(上海)	10,270本
香港	2,823本
マレーシア	192本

【販売戦略、工夫した点等】

- ・21年度から中国(上海)への輸出が大変好評。
- ・今後は、高額・高品質商材を神戸ブランド商品として販売を展開する予定。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出に取り組むことで、販路の拡大と販売本数の増加による経営の安定。
- ・21年度実績国に加え、現在、韓国、ベトナムの企業とも商談を実施。

【ウェブサイト】 <http://www.kobewinery.or.jp/minori.html>



神戸ワインの圃場(神戸市西区の契約農家)

兵庫県手延素麺協同組合（手延素麺をアメリカへ）

「揖保乃糸」は、手延素麺生産量の約40%を占め、全国シェア首位。

平成18年から「揖保乃糸」の本格的な海外展開を開始。

ハワイ、ロサンゼルスでは少しずつ販売実績を上げつつあり、商品の認知度も向上。



ロサンゼルス 店頭試食

平成20事業年度(9月～翌8月) 輸出量 35t

【販売戦略、工夫した点等】

- ・国内外のプロ調理師を対象とした「揖保乃糸ニューレシピグランプリ・インターナショナル2005」を開催し、海外の調理師に日本の手延素麺「揖保乃糸」をPR。
- ・素麺の正しい調理方法や料理レシピを伝えるため、平成18年より現地スーパー店頭において試食を実施。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・日本の良質な手延素麺を広く周知させることにより、安全・安心な日本食材の更なる拡大。
- ・少子高齢化、消費低迷による需要の減少を補う。

【ウェブサイト】 <http://www.ibonoito.or.jp/>



ニューレシピグランプリ・インターナショナル

奈良県 JAならけん西吉野柿部会（柿をタイ、香港へ）



個別包装された柿

平成17年度から「奈良の柿」の輸出を開始。
平成19年度から開始したタイへの輸出が大変好評で、
大幅に輸出量が拡大している。
平成22年度の柿の輸出量は、概ね100tを見込む。

【実績】

平成19年度：68t（香港 43t、タイ 17t、台湾 8t）

平成20年度：83t（タイ 48t、香港 25t、台湾 9t）

平成21年度：81t（タイ 81t、香港 0.5t）



Asia Fruit Logistica（香港）

【販売戦略、工夫した点等】

- ・ 中秋節における贈答用果実として、ハウス柿をAsia Fruit Logistica（果実・野菜専門見本市）に出展。
- ・ 大昌食品（香港）にて冷蔵富有柿の販売促進活動を行うなど、販路拡大に向けた取組を継続。

和歌山県農水産物・加工食品輸出促進協議会（たねなし柿を香港等へ）

日本一の柿生産地である和歌山県。たねなし柿を香港、タイ、シンガポールへ。県農協連と県が連携して積極的に県産たねなし柿のPRを行い、東南アジア市場での販路開拓を図る。

輸出量	平成19年度	32トン
	平成20年度	37トン
	平成21年度	31トン



フェアでの料理講習会



Asia Fruit Logisticaに出展

【販売戦略、工夫した点等】

- ・日本国内での早場産地としての特性を活かし、現地の輸入商社等との商談会や、現地百貨店での和歌山県フェアを開催。平成19年度から東南アジア市場への柿の輸出に取り組んでおり、21年度も継続して香港、タイ、シンガポール等でフェアを開催し、東南アジア市場への販路拡大を図った。
- ・料理講習会(柿デザート)の実施や積極的な試食宣伝に取り組んだことにより、多くの現地消費者に県産の高品質たねなし柿のPRを行うことができた。
- ・フェア開催にあたり、事前に現地バイヤーを産地に招へいし、栽培状況や選果施設等の視察案内を行い、産地情報の提供に取り組んだ。
- ・百貨店、輸入元業者等との信頼関係醸成等、継続的な関係構築に取り組んだ。
- ・平成20年に引き続き、Asia Fruit Logistica(果実・野菜専門見本市)に出展し、新たな取引先を確保した。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・料理講習会の開催等積極的な試食宣伝により、現地でも売れることがわかり、産地においても海外販路拡大の意欲が向上した。
- ・協議会活動を通じ、相手国との人的ネットワークが充実し、新規商材の発掘、ビジネスチャンスの可能性が広がった。

和歌山県農業協同組合連合会（桃を台湾等へ）

和歌山県は、「白鳳」を中心とした桃の産地で、平成18年度から台湾への輸出に取り組んでいる。平成21年度も継続して台湾への輸出に取り組むとともに、新たにシンガポールへの販路開拓を図った。

県と連携して積極的に県産桃のPRを行い、東南アジア市場での販路開拓を図る。

輸出量	平成19年度	52トン
	平成20年度	80トン
	平成21年度	60トン

【販売戦略、工夫した点等】

- ・「白鳳」を中心とした早出し産地であること、また、関西空港に近い立地条件等を生かして、輸出に取り組んでいる。
- ・台湾の小売店で販売プロモーションを実施。試食販売やパンフレット配布による販促活動を行い、和歌山の桃のおいしさ、安全、安心をPRした。
- ・台湾へ輸出する際の厳しい植物検疫をクリアするため、圃場での病虫害防除対策を行うとともに、選果施設の体制整備に努めた。
- ・新たにシンガポールへの輸出に取り組んだ。



台湾でのフェアの様子



台湾でのフェアの様子

【輸出によるプラスの効果等】

- ・海外でも品質の良さが評価され、高級品として売ることがわかり、産地の輸出意欲が向上した。
- ・厳しい検疫に対する取組が、産地の栽培管理の向上に繋がっている。

鳥取県 JA全農とっとり (梨を台湾、香港、アメリカ / 柿をタイ、台湾へ)



たわわに実る大玉二十世紀梨

鳥取県の二十世紀梨の輸出は80年以上の歴史があり、日本を代表する輸出果実のひとつ。品質の良さが好評で知名度も高い。アジアの富裕層をターゲットに、高級果実として大玉の梨を輸出。特に、台湾では中秋節や旧正月の贈答用品として定着。

【平成21年産 輸出量】

梨743トン(台湾384トン、香港223トン、アメリカ(ハワイ含む)125トン、他11トン) JA全農とっとり取扱量に占める輸出比率:約5%

柿 52トン(タイ51トン、台湾1トン)

JA全農とっとり取扱量に占める輸出比率:約5%

【販売戦略、工夫した点等】

- ・高い剪定技術等により、徹底的に品質を重視し、大玉梨の販売へと戦略転換。
- ・中国(北京・上海)やロシア(ウラジオストク)等の新しいマーケットに対し、中期的な展望も踏まえ、試験輸出に取り組んでいる。
- ・あたご梨の輸出にも取り組むなど、二十世紀梨のブランドイメージを生かした商品の多角化を図っている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・検疫のための高度な管理が求められることにより、栽培管理のレベルアップに結びついている。
- ・鳥取が積極的に輸出を行うことにより、国内の梨市場も活性化。



台湾での陳列販売(平成21年)

鳥取県 (有)AONケミカル (二十世紀梨酢を台湾へ)



台湾での販売風景

鳥取県特産の高級品である二十世紀梨の認知度をフルに利用した意匠登録を行い、世界で初めての果実酢であり、葡萄、リンゴに続く第3の果実酢を目指す。

梨酢をベースにしたブルーベリー梨酢ドリンクも好評であり、今後は商品ラインナップの充実を予定している。

【輸出量・輸出金額等】 平成18年からの取組であり、台湾をベースに順調に推移し、平成21年の実績は150ケース程。ニューヨークは計10ケース程試験販売。平成22年は上海、ソウルを目標。

【輸出のきっかけ、経緯】

「フードタイペイ2007」に出品したことがきっかけとなり、国内商談会で認知されるなど、需要先との繋がりに至った。平成21年、ニューヨークでの鳥取フェアに出品し、また、ニュージャージー州の日系スーパーでの試験販売は大変好評で、平成22年に入り再度、販売の要請が来ている。

【輸出によるプラスの効果等】

二十世紀梨の栽培農家の間では、規格外梨の新しい利用方法ができ、費用削減につながったことから、大変喜ばれている。

商流ルートを確立したため、他産品目の輸出に取り組む基盤ができた。また、県産の味噌をニューヨークに輸出した。



二十世紀梨酢

【ウェブサイト】 <http://www.h3.dion.ne.jp/~aon-chem/>

島根県 JA西いわみ（ヘルシー元氣米を台湾へ）

島根県では、環境にやさしい農業を推進し、自然にやさしい土づくりと減農薬・減化学肥料で栽培する生産者をエコファーマーとして認証。JA西いわみのエコファーマーが栽培したコシヒカリを「ヘルシー元氣米」として、平成15年から台湾へ輸出。



台湾での販売促進会

平成20年産 輸出量:3.6トン 輸出金額:180万円

【販売戦略、工夫した点等】

- 食味、品質面、安全・安心を前面に宣伝し、輸入業者や量販店に対し、米の試食を実施。
- 高級百貨店での継続的な試食・宣伝会を実施し、ブランドイメージを形成。
- パッケージを日本らしいデザインにして現地語で作成、21年にデザインを商標登録。
- 品質、風味を保つためJA指定の精米所で管理を行い、量販店が2ヶ月程度で売れる量を輸出。

【輸出によるプラスの効果等】

- 生産者の生産意欲が向上し、売れる米づくりに対する意識の変化。
- 米の輸出を通して、販売店舗に対し直接的交渉が可能となり、デラウエアやあんぽ柿など、他の農産物の輸出が実現。



商標登録したデザイン

【ウェブサイト】 <http://nishi-iwami.ja-shimane.gr.jp>

岡山県 利守酒造(株) (日本酒をアメリカ、台湾、中国、カナダ等へ)

利守酒造のある赤磐郡軽部地区は、昔から良質な酒米「雄町米(おまちまい)」が採れる地域として知られている。

この良質な米でつくった日本酒を30年程前からアメリカ在住の日本人向けに輸出を始めた。近年では、海外での日本食ブームも手伝い、その輸出量は順調に推移している。

なお、利守酒造の日本酒は、国内にとどまらずヨーロッパのモンドセレクション国際コンクールで最高金賞を受賞するなど、海外でも高い評価を得ている。



ニューヨークでの展示・商談会



カナダでの展示・商談会

【平成21年輸出量】 売上額の約6%を海外へ輸出。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・30年程前、アメリカ在住の日本人向けとして輸出を始めたのがきっかけ。
- ・国内のみならず海外の鑑評会にも積極的に出品し、日本酒の普及に努めている。
- ・日本酒を通して、日本の文化や岡山県の産物を海外の方に知ってもらえればと、海外での展示・商談会に積極的に参加している。
- ・複数の国や地域に輸出しているが、国や州によって法律が異なるため、それに合わせた様々な対応が必要となる。このため、日頃の輸出入業者との情報交換はもとより自らも現地に渡航し、目で見て・耳で聞いて現地情報の収集を行っている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・地道な取組ではあるが、長年海外に日本酒を輸出し続けてきたことで、近年では、海外の消費者にもワインやウイスキー同様メジャーな飲物として認識されつつある。
- ・また、輸出に取り組むことで、従業員には、酒造りは海外に誇れる日本の文化であるとの意識が芽生えている。

【ウェブサイト】 <http://www.sakehitosuji.co.jp>

広島県 JA広島果実連（広島産果実を台湾、香港、シンガポールへ）



爽やかな風味を持つ柑橘
「はるか」の試食

JA広島果実連では、広島産青果物・加工食品の販路拡大・消費拡大を目指す目的で、平成17年から台湾、19年から香港へ輸出。
21年からシンガポールへ出荷を開始。

品目	輸出量(kg)	輸出金額(千円)	品目	輸出量(kg)	輸出金額(千円)
ぶどう	250	216	なし	2,140	1,030
レモン	100	32	はるか	875	250
その他かんきつ	250	78	農産加工品	595	244
香港、シンガポール向け含む。21年度実績					

【経緯、販売戦略、工夫した点及び苦労したこと等】

JA広島果実連は、平成16年春に広島空港への台湾便の就航を機に、その年の秋に、台湾の日系百貨店「そごう」の「四国・九州・瀬戸内美食工芸展」に参加し、温州みかん・かんきつ加工品の展示販売を行った。その後、台湾のバイヤーを広島に招き、ぶどうを中心に産地の見学会を開催したところ、食味等概ね好評だったことから、17年に県事業を活用して台湾にテスト輸出を行い現在に至る。

19年7月からは、香港「そごう」の物産展への参加をきっかけに、香港にも進出し、21年秋からは、シンガポールへ出荷を開始。

販売戦略としては、国内他産地との競合に勝つため、富裕層をターゲットに、より新品種、高品質なものを厳選。また、輸送費の軽減のため、東京の卸売業者へ荷を委託し、台湾へまとめて空輸するなど、不況のなか、価格上昇しないように心がけている。

苦労していることは、ぶどうの脱粒など輸送中での商品ロスの防止対策である。

【輸出によるプラスの効果等】

海外で高値で販売されることが農家の自信につながり、生産意欲が向上するとともに、地域も活性化した。



香港そごうにて

【ウェブサイト】 <http://www.fruit-morning.com>

広島県 賀茂泉酒造(株) (日本酒をアメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア等へ)



フランス・リヨンの食品見本市

広島県の西条地域(現:東広島市)は、灘、伏見と並ぶ三大銘醸地として名を知られている。

多くの造り酒屋が製法等の技術を切磋琢磨する中で、品質を高めていった。

【平成21年産輸出量】

輸出の売上げは、総売上げの8%を占める。輸出売上げの90%が、アメリカ向け。平成13年度の輸出額を100とすると、21年度は420になる見込。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・日本酒の輸出は、国内における消費が減っていくことの対策として、主に海外の日本料理店向けに、約30年前から酒の卸や酒販店が出資する組織を通じて始めた。
- ・海外での消費は、品質に妥協しなかったため、日本料理店中心からフランス料理店やイタリア料理店などへと、客の層が広がってきた。
- ・更に日本酒(海外では"SAKE")を海外で認めてもらうには、世界に通用するSAKEの規格やワインソムリエに相当するものを、公的機関が定めることも必要だろう。



サンフランシスコでのイベントJoy of Sake

【輸出によるプラスの効果等】

- 輸出先の国にはそれぞれ独自の酒がある中で、日本酒が受け入れられるのは文化の交流にプラスになり、何より少子高齢化で消費が減っているので、経営にプラスになる。
- 海外から評価が返ってくことで、新しい発見や製造の意欲につながる。

【ウェブサイト】 <http://www.kamoizumi.co.jp/index.php>

山口県 下関ふく輸出組合（ふぐをニューヨークへ）



水揚げされたトラフグ

下関のふぐを、アメリカのフグ輸入組合を通じて、ニューヨークの日本料理店へ輸出。

厳格な条件下で認められた輸出事業で、下関のふぐが初めて太平洋を渡った。

【輸出量の推移】 平成20年度：約2トン、21年度：約1.5トン。

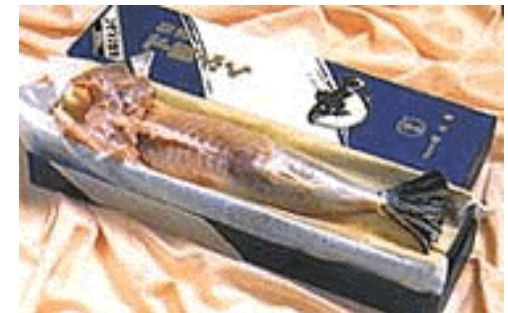
限定数量の輸出で年間の輸出量が決まっている。

【輸出のきっかけ、苦労した点等】

- ニューヨーク駐在の日本企業の人達からふぐ刺しを食べたいという話があり、日本料理店のオーナーから「ニューヨークでもふぐが食べられるようにしたい」という依頼があったのがきっかけ。
- ニューヨークでは、ふぐの輸入は原則として禁止されており、科学的な調査、実験などを繰り返して輸入国側の条件をクリアすることが非常に困難であった。

【輸出によるプラスの効果等】

- ニューヨークで食べられる下関のふぐは、日本料理店のみの販売。販売量もごく僅かなため、地域の活性化に直接つながるものではない。
- しかし、輸出による下関ふぐの宣伝効果があったことと、ふぐを食べるといふ日本文化の発信に役立ったと考えている。
- 欧州等への輸出はハードルが高いが、今後の課題。



輸出される一次加工品

山口県 林兼産業(株) (魚肉ソーセージを香港へ)



香港向け主力製品

地域資源の活用から生まれた魚肉ソーセージを、香港へ輸出し、今年で47年。

輸出相手国の歴史の移り変わりとともに培われた、輸出事業への自信と誇り。

平成20年度:404トン、21年度:377トン。

香港では、日本の魚肉ソーセージの市場評価が「日本製品 = 高品質・安全・安心」という顧客の支持に支えられており、販売は増加。

【輸出のきっかけ、販売戦略等】

- 昭和38年に現地に事務所を開設したこと、当時、地元の下関漁港が全国屈指の水揚量を誇っており、この地域資源を活用することが原点となり、輸出の取組が始まった。
- 商品を多くの人に認知してもらうため、現地で開催される大規模な食品の展示会への参加や消費者キャンペーンによる喚起、雑誌への商品掲載等を実施した結果、魚肉ソーセージは子供向けのおやつとして受け入れられ、定着している。



香港 Food Expo 2007
現地のスタッフと一緒にソーセージを販売

【輸出によるプラスの効果等】

- 香港の中国への返還後に安価な中国製品が市場に参入してきたが、日本製品は「高品質・安全性」という面で消費者の支持が盛り返してきたことにより、輸出事業を行っていることに対する自信につながっている。

【ウェブサイト】 <http://www.hayashikane.co.jp>

徳島県 徳島市漁業協同組合（シリヤケイカ(甲イカ)等を中国、香港へ）



水揚げ風景

平成7年から手長ダコを韓国に輸出。

平成10年にタチウオを追加し、チゲ鍋用として韓国へ輸出していたが、現在は休止中。

平成19年から中国、香港にシリヤケイカ(甲イカ)を輸出。

【平成21年実績(シリヤケイカのみ)】

輸出量 約21トン、水揚げ量に占める輸出比率は約68%

【販売戦略、工夫した点等】

- ・出荷箱に組合員の番号を記入して責任の明確化を図ることで、品質に対するクレームに対応。
- ・漁期には、漁協職員が組合員に対して品質管理指導を徹底。
- ・輸出開始時期に消費者ニーズを把握するため、青年部を中心とする組合員が現地視察。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出品の管理を徹底することで、輸出品目以外の水産物の品質・鮮度に対する意識が高まった。

【ウェブサイト】 <http://www.e-osakana.jp/index.asp?s=423&z=QIC>

香川県農業協同組合 三木集荷場（いちごを台湾、マレーシアへ）

平成19年1月から、三木町地域で生産されるいちご「女峰」を贈答用高級果実として、台湾とマレーシアへ輸出を開始。品質の良さと、酸味と甘味が合わさった濃厚さが好評。

【輸出量の推移】 平成20年度：約3トン、21年度：約3トン

【輸出のきっかけ、販売戦略、工夫した点等】

三木町地域のいちごは、贈答用として首都圏でも評価が高かったことから、香川県や大阪市場の仲買業者からの働きかけが輸出のきっかけとなった。

品質を重視し、生産技術の向上による生産者間の品質格差の解消や携帯メールを利用した出荷調整など、安定出荷にも努めている。

また、移動中の品傷み防止のための専用容器の開発や包装作業の省力化に取り組んでいる。



高設栽培の女峰いちご



マレーシア向けの箱詰め



パック詰めされた女峰いちご

【輸出によるプラスの効果等】

輸出を始めたばかりなので、出荷量も少なく大幅な収益増には繋がっていないが、販売ルートの拡大により、生産者の生産意欲が高まった。

また、香川県産いちごのPR等も期待でき、今後の生産拡大に取り組む基盤が確立した。

【ウェブサイト】 <http://www.kw-ja.or.jp/>

香川県農業協同組合 三豊みかん共同撰果場 (温州みかんをカナダへ)

平成4年からカナダへの温州みかんの輸出を開始。輸出みかんは、現地でクリスマスのプレゼント食材として人気が高い。

【輸出量】 平成21年度: 23トン



共同撰果場と運び込まれたみかん

【輸出によるプラスの効果等】

生産者には「自分のみかんが海外にも行くとなると、これまで以上に恥ずかしいものは作れません」という姿勢が感じられ、生産するみかん全体の品質向上に繋がっている。

また、台湾、シンガポール向け高級完熟みかんの評価の高さは、今後の輸出促進の励みとなっている。

【輸出のきっかけ、販売戦略、工夫した点等】

オレンジの輸入自由化に伴い、安価なオレンジ類が輸入され、国産みかんの価格は不安定になった。

そこで、加工原料用の一部代替として需給調整を図ることがきっかけとなった。

現地での外国産みかんとの価格競争は熾烈であり、高級志向向けに国産みかんのブランド化を進めている。

カナダでの販売を優位にするため、独自の栽培指針や撰果基準により、味の向上と品質の均一化を図っている。



撰果作業の様子

【ウェブサイト】 <http://www.kw-ja.or.jp/>

愛媛県 西条食料産業クラスター協議会（四国特産品を集約してタイへ）

四国地域の食品メーカー・生産者等が集まり、取組を実施。

地元の貿易物流企業が新たに貿易商社機能を有することで、四国特産品（加工品、青果物など）のタイ国への定期輸送ルートを確立。

【輸出金額】 平成20年度：約 420万円
 平成21年度：約2,000万円
 平成22年度：5,000万円（目標）



東南アジア最大規模「サイアムパゴン」でのグルメシコク市2008オープニング

【輸出のきっかけ、工夫した点等】

海外輸出に取り組む地元企業が数社集まったのがきっかけ。結果の出にくい食品輸出を四国サイズのスケールメリットで解消しようとする点や、中小企業1社では難しい海外企業とのビジネスを、地元の貿易物流企業と食品メーカーの協力体制で実施しようとする点が特徴的。

【輸出によるプラスの効果等】

食品メーカーや生産者が物流・販売までを意識した取組を行うことで、販路開拓に対する意識が強まった。

現地取引企業への定期輸送ルートが確立されているため、新規参入の食品メーカーでも比較的容易に商談を成立させることが可能となった。

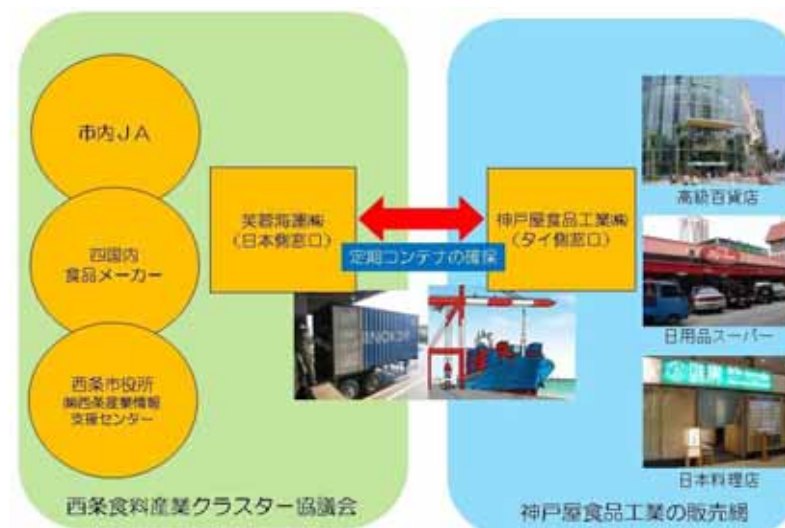
スケールメリットによる成果創出に食品メーカーや生産者が魅力を感じたことで、今後、国内外を問わずこのグループで活動しようとする動きが高まった。



平成21年度初旬よりタイ国へ向けたコンテナ便による定期輸送を開始



現地取引企業と開催するエンドユーザーを対象としたメニュー提案会



【ウェブサイト】

(株)西条産業情報支援センター(事務局)

<http://www.saijo-sics.co.jp/>

芙蓉海運(株) (貿易物流企業)

<http://www.fuyoh.co.jp/>

愛媛県 (株)オカベ (国産魚介乾製品を韓国へ)

海産物珍味(主に味付乾燥小魚)を、愛媛県やJETROの支援を受け、平成16年から韓国へ直接取引で輸出。

【輸出金額の推移】(韓国向けのみ)
19年:約2,400万円 20年:約5,000万円



製品を製造する主力工場

【輸出のきっかけ、工夫した点、苦労したこと及びその解決法】

- 大型食品展示会へ出展した際、韓国卸売業者との商談がまとまり、韓国向けに商品を輸出。
- 取引を1国1業者に限定し、売り込みに力を入れてもらっている。
- 国によって添加物の規制が変わるので、現地業者と綿密な打ち合わせを行い、商品開発を行っている。
- 意思の疎通に大変苦労した。互いの文化や風習、言葉の違いを理解することが大事。
- 為替相場の影響で販売計画が立たず苦労している。
- 解決法として、商品に一工夫し、目先を変えた商品を提供している。

【輸出によるプラスの効果等】

- 直接取引により相手先パッケージに社名が入り、韓国での会社の知名度が上がった。また、そのことにより、関連商品の販売増につながった。
- 直接商談することにより、問題点が早々に分かり、改善策を素早く講じることができた。
- 海外を経由して、日本での新しい顧客の獲得ができた。



主力商品 「アーモンドと小魚」(左)、「そのまんまシリーズ」(右)

【ウェブサイト】 <http://www.okabe-group.com/>

高知県 高知市農業協同組合（グロリオサを中国、アメリカへ）



ミサトレッド

オランダの国際品評会で最高位の金賞を受賞したグロリオサ(切り花)を平成16年から上海、平成21年9月からはアメリカへ輸出。
現地では、高級切り花として贈答に用いられている。

【輸出量の推移】

平成20年度: 2,500本(上海)

平成21年度: 3,500本(上海)、約10,000本(アメリカ)

【販売戦略、工夫した点等】

- 国際的な評価を高めるためオランダの品評会等に出品し、国際的な評価を高めた。
- 輸送費や流通ルートの研究に取り組み、市場の協力を得て中国の販路を作った。

【輸出によるプラスの効果等】

- 国際品評会における金賞受賞、日本農業賞受賞により、高品質への評価が得られたことで、産地の活性化につながった。
- 国内の花き流通業界における評価が高まり、知名度が向上した。

【ウェブサイト】 <http://www.ja-kochishi.or.jp/index.htm>

高知県 酔鯨酒造(株) (日本酒を世界各国へ)



米国での展示会の風景

酔鯨酒造(株)では、米国を中心に、欧州、アジア、オーストラリアに純米酒、純米吟醸酒を輸出し、おいしい日本酒を海外の消費者に提供している。

【輸出量の推移】

18年度:18.3KL 19年度:17.3KL 20年度:17.5KL

- ・輸出の約9割が米国向けで、レストランを中心に販売(大半が純米酒)。
- ・欧州向けは純米吟醸酒である。

【販売戦略、工夫した点等】

- ・米国で日本の清酒が多く消費されていることにより、販路拡大のため、これまでの輸出代理店頼みでの販売を止め、代理店主催の展示会(レストランショー)に出展し、直接現地の人々に製品のPRを行なう。
- ・一国一代理店を基本とし、代理店に責任を持って販売してもらう。
- ・主力商品である特別純米酒、純米吟醸酒に力を入れて販売していく。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・輸出による売上はまだまだ割合として少ない(2~3%)が、数量・金額とも、以前に比べ着実に伸びている。
- ・日本酒の国内消費が低迷している中、海外に市場を求める効果は大きい。
- ・海外での販売により知名度を上げることで、国内での販売増につなげることができる。



展示会での出展商品

【ウェブサイト】 <http://www.suigai.jp/>

福岡県産品輸出促進協議会（イチゴ「あまおう」を香港、台湾等へ）

「あかい」「まるい」「おおきい」「うまい」の4つの単語の頭文字をとって「あまおう」。
「大玉で食味がよい」のが特長で、高級果実として主にアジアの富裕層、中間層の
人気を獲得。

現在、香港、台湾、シンガポール、タイ、ロシアへ輸出。

福岡県産農産品輸出の牽引役となっている。



ブランドマーク(まるふくマーク)



ロシアバイヤーの産地招聘風景

平成20年度 あまおう輸出量 約65トン(平成21年度輸出量は集計中)

【販売戦略、工夫した点等】

- 県産農産物の輸出用ブランドマーク(まるふくマーク)を考案し、香港、台湾、韓国、シンガポールなどで商標登録を行い、商品価値を高める取組を展開。
- 香港、台湾、シンガポール、タイを中心に福岡フェア等を開催。平成21年度は台北駅にて「あまおう」のプロモーションを実施する等、県産農産品PR、ならびに販売促進・定番化に取り組んでいる。
- 海外バイヤーを招聘し、産地視察、生産者との意見交換、商談等を実施し、バイヤーと産地の距離を縮め、指名買いにつなげることに取り組んでいる。

福岡県産品輸出促進協議会（八女茶を欧州、米国等へ）

八女茶の産地活性化のため、平成19年度から主に欧米への輸出に取り組んでいる。

見本市への出展や海外の輸入業者との個別商談、消費者や輸入業者等を対象にした八女茶セミナーの開催等、八女茶の販売促進活動を行っている。



香港Tea Fairへの出展



欧州ミッション(ベルギー)

【輸出のきっかけ、経緯】

・欧米での健康志向や日本文化への関心の高まりを受け、八女茶の産地活性化策の一つとして、平成18年度に欧米への輸出の検討を行い、翌年度から輸出をスタート。

【販売戦略、工夫した点等】

欧州においては、EUの残留農薬基準への適合が必要であり、生産者、茶商、JA、行政(県・市町村)等が一体となって、防除・加工や分析等の対応を実施。

県の海外事務所及び輸出プロモーターと密に連携し、現地情報を収集。効果的な活動に努めている。

海外における「八女茶」ブランドの確立を目指し、他国産等との差別化を図るため、八女茶の品質・産地・文化をアピール。

佐賀県 伊万里湾・アジアネットワ－ク事業促進協議会（梨、ハマチ等を中国へ）

「伊万里湾」の持つアジアに近いという地理的優位性と、貿易港として中国への定期航路を有する「伊万里港」を活用し、当地域の豊富な農水産物を中国へ輸出。

これまで、伊万里梨フェアや伊万里食文化交流会・展示会などを実施しながら、新たな市場である海外販路の開拓を目指している。



日本食品節へ伊万里梨出展(香港)



伊万里食文化交流会・展示会(青島)

H16～H19：伊万里梨の輸出

H20～H21：伊万里梨、ハマチ、農産加工品等の輸出

【伊万里梨輸出】

伊万里市と友好交流都市である「大連市(中国)」において、「伊万里梨フェア」を開催(H16～)。中秋節、国慶節の贈答需要期に輸出し、高級百貨店においてフェアを開催。

H21には、新たな海外販路として「香港」へも輸出。現地日系スーパーが企画する「日本食品節」へ伊万里梨・水産加工品を出展し、販促活動を行った。

【ハマチ・農産加工品等】

当地域の豊富な農水産物を広く紹介していくため、「伊万里食文化交流会・展示会」を中国・青島市において開催。

食文化交流会には、料理専門家や郷土料理を調理するチームを派遣し、当地域の食材を使った代表的な料理を紹介。

【林産物】

当地域で生産、加工される林産物の海外販路開拓を目指し、H21は、上海(中国)で開催された建材の国際展示会において、出展企業との情報交換や林産物需要の把握等の市場調査の取組を開始した。

長崎県 (株)谷川建設 (在来軸組資材等を韓国へ)

韓国の住宅会社と業務提携を行い、在来軸組工法の技術と資材を提供。

在来軸組工法の耐震性、耐火性、可変性、健康性のすべてを兼ね備えた優秀な住宅と高い評価を受けている。

これまでの輸出量 (平成20年～)	在来軸組工法資材 5棟分 木材使用量 120m ³
----------------------	---



木造住宅第3号(京機道)

【販売戦略、工夫した点等】

- 韓国の建築業者と提携し、在来軸組工法の住宅を販売。
- 現地での在来軸組工法の技術指導を実施。
- 構造は日本側が責任を持ってチェックし、外観デザイン・仕様は韓国側で行い、役割分担して施工。

【ウェブサイト】

<http://www.tanigawakensetsu.co.jp/index.html>

長崎県水産物海外普及協議会（長崎産水産物を中国へ）

長崎県では、効率的かつ効果的な輸出事業の展開を通じて適正な魚価の形成を図り、「ながさきらしい多様な漁業生産体制」を維持・強化するため、平成19年に県内関係団体とともに「長崎県水産物輸出戦略」を策定した。

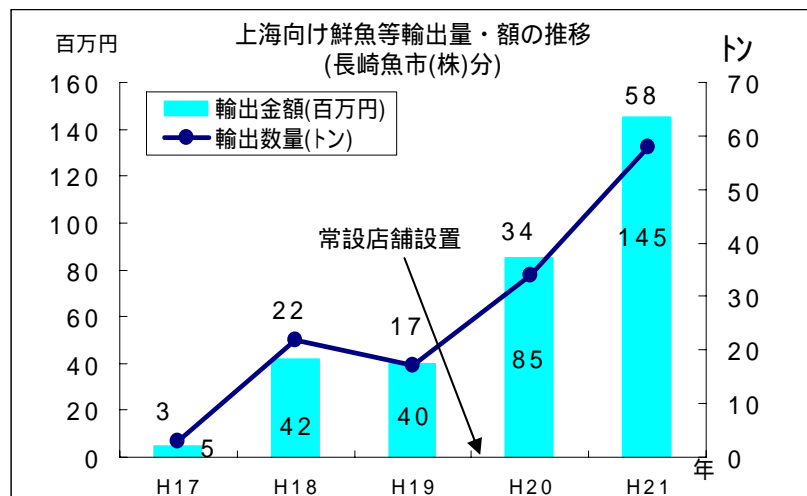
この戦略の下、県・市及び関係団体は、平成20年に「長崎県水産物海外普及協議会」を設置し、輸出事業の本格的な展開に資するよう、国の補助事業を活用しながら、市場調査・開拓、消費定着・拡大等に取り組み、長崎産水産物のブランド確立と安定的取引の実現を目指している。



現地料理人等を対象とした料理講習会(上海)



現地料理人等を対象とした試食会(上海)



【平成21年度の取組結果】

長崎産水産物のブランド確立に向けた取組

- ・ 中国での「長崎鮮魚」等の商標登録状況確認・監視
 - ・ 上海の料理人等を対象に、現地料理関係団体と連携し、本県産鮮魚を使った料理講習会及び養殖魚主体の試食会開催
- 安定的取引の実現に向けた取組
- ・ 北京での展示商談会参加、広州での商談会参加
 - ・ 香港での展示会参加と商談実施
 - ・ 釜山からの取引先招へい

中国向け鮮魚輸出は大幅に増加

17トン、4,000万円(H19) 58トン、1億4,500万円(H21)

上海の拠点(常設店舗)から11都市に展開

【課題等】

中国への輸出货量拡大のため、消費拡大の取組継続及び大量輸送方法等の検討

中国(上海)以外での安定的取引に向け、信頼できるパートナーの確保、知名度向上の取組継続

熊本県農畜産物輸出促進協議会（県産農畜産物を香港、台湾等へ）

平成17年4月に、熊本県農畜産物輸出促進協議会を設立し、農畜産物・農産加工品などを中心に、各種フェアへの出展、バイヤー招聘などの事業を実施。

平成18年度からは、水産品も加え輸出促進に取り組んでいる。



県知事のトップセールス(シンガポール)

平成21年度実績 輸出量:590トン、輸出額:164,253千円。

主な輸出先 : 香港、台湾、アメリカほか

主な輸出品目 : イチゴ(ひのしずく)、アールスメロン、トマト、大根、甘藷、米、温州ミカン、梨、桃等の青果類、牛肉、農産加工品など

【販売戦略、工夫した点等】

- 県知事を先頭に、輸出先国(シンガポール)行政機関や貿易業者、スーパー等に対して、イチゴ「ひのしずく」を始めとする県産農畜産物をPRし、トップセールスを行った。
- 香港において、熊本農畜産物フェアを開催し、販売促進活動を行った。
- 香港・シンガポールのバイヤー、レストラン・シェフ等の輸出関係者を招聘し、産地視察や商談会、意見交換会等を実施した。



香港バイヤー招聘(メロン圃場視察)

熊本県 JAたまな（イチゴ「ひのしずく」を香港へ）

平成16年度から輸出事業を開始。

平成21年度は、香港へのイチゴ（ひのしずく）の輸出拡大に重点をおいた。

輸出拡大により、生産者所得の向上と生産組織の活性化を図るとともに、生産意欲の向上及び品質管理体制の強化を目指す。



香港での販促活動

平成21年度実績

香港：イチゴ（ひのしずく） 15.8トン （前年度8.3トン）

【販売戦略、工夫した点等】

香港での玉名産ひのしずくのブランドを強くアピールするため、いちご部会の女性生産者による香港での試食宣伝販売会を開催。（4名の女性生産者を配置し、香港の日系百貨店、大型スーパー4店舗の特設売り場で春節前の土、日に開催。）

また、香港での熊本フェアにも出展。

平成21年度は、生産者も積極的に輸出に参画し、輸出に対する意欲も高まった。

香港では、販促、品質の評価も高く、前年の倍増近い輸出実績となった。

【ウェブサイト】 <http://www.jatamana.or.jp/>

(社)熊本県物産振興協会(農林水産物等輸出促進部会)
(県産品をシンガポ - ル、香港、韓国、台湾、中国、米国等へ)

輸出の可能性を飛躍的に拡大するために、平成20年3月、多種多様な業種が加入している(社)熊本県物産振興協会に、「農林水産物等輸出促進部会」を設けた。

平成21年度は、会員の要望に応え対象国を増やし、円高の逆境をチャンスと見なし、新たな取引国への販路を求め、市場調査・商談会を実施し、新商品を携え輸出に挑戦。



シンガポール商談会

平成20年度輸出実績額	318,513千円
平成21年度輸出実績額	461,408千円
平成21年度商談成立件数	10社 13件 延べ42品目
輸出先	シンガポ - ル、香港、韓国、台湾、中国、米国等
主な輸出品目	野菜、果実、茶、調味料、海草類、菓子、焼酎、ス - プ類等

【販売戦略、工夫した点等】

- 会員の取扱う商品リスト情報を盛り込んだPR用CDを、日本語・英語・中国語表記で作成し、海外商談会において、担当バイヤーや流通担当者、また、レストラン等に宣伝・配布し、効果的な販促活動を行った。
- シンガポールにおいて、熊本県知事のトップセールスにあわせて現地での商談会開催や現地百貨店で開催中の北海道展を含めた市場調査を実施した。
- 米国・ニューヨークで開催された見本市「International Restaurant & Foodservice Show 2010 in New York」に出展するとともに、ニューヨークの5店舗において販売会を実施した。
- 台湾及びシンガポールのバイヤー等を招聘し、産地の視察や商談等を実施した。



米国の見本市への出展

【ウェブサイト】 <http://portal.kumamoto-net.ne.jp/bussan/>

大分県 ブランドおおいた輸出促進協議会（新高梨を台湾等へ）

果樹の国内消費が伸び悩む中、経済成長が著しい東アジアへの輸出を行うことで、国際的視野に立った販売拡大や有利販売につなげるとともに、生産者の所得向上や地域活性化を図ることを目的に、平成16年6月、産地、流通関係者、県などが一体となって協議会を設立。

梨は、JAおおいた（日田地域本部）により、光センサーを使った最新の選果技術で、1個ずつ糖度や熟度を正確にチェック。品質のばらつきがなく、国内外を問わず市場や消費者の高い信頼を得ている。

この他、協議会では柑橘の輸出にも取り組んでいる。



生産者による市場調査



生産地へのバイヤー招聘

平成21年度 梨輸出量

99トン（うち台湾87トン、中国7トン、香港等5トン）

【販売戦略、工夫した点等】

中華圏の需要期は、中秋節や春節の贈答期に集中しており、この時期に対応できるよう、産地と一体となって出荷体制を整えている。

また、バイヤーを招聘するなど産地PRにも努めており、生産者の輸出への期待は大きい。

大分県 ブランドおおいた輸出促進協議会（県産魚を米国等へ）

平成18年に県産水産物の輸出を促進するため、協議会の中に9社4団体で水産部会を発足。米国、中国の商談会などに養殖ブリや水産加工品等を積極的に出品、参加し、販路拡大を図っている。

養殖ブリのフィレが、米国の和食レストランで、スシ・サシミ商材として使用されており、輸出量は増加傾向。



ボストン・シーフードショー
参加



ブリフィレ加工品

平成21年 輸出量435トン(養殖ブリフィレ、干物等)

【販売戦略、工夫した点等】

- 輸出に関心を持つ業者や団体に、情報交換や連携の機会を提供し、協議会への加入を促進した。
- 見本出荷や国内外の商談会への参加など、対象国のニーズの把握やPR活動に取り組んだ。
- 養殖ブリフィレについては、養殖場から加工場までの生産一貫体制のHACCP認証を取得している。

大分県椎茸農業協同組合（乾しいたけをタイへ）

平成20年からタイに乾しいたけの輸出を開始。

試食アンケートの結果、全員が美味しいと回答するなど好評。

輸出量・輸出金額（平成21年） 72kg 2,520千円

【輸出のきっかけ】

- ジェトロバンコク支局と大分県による市場調査の結果、タイにおいて販路開拓の可能性を見出したことから、取組を開始。

【販売戦略、工夫した点等】

- 贈答用の高級しいたけに限定。
- 大分県内の大学に通うタイ人留学生を販売員に活用。
- バター焼きの試食及びアンケートの実施。

【輸出によるプラスの効果等】

- 安全・安心で美味しい大分産原木乾しいたけのPRができた。
- 現地企業との取組で、ローカル系デパートでの販売ができるようになった。



タイ人留学生を活用した試食販売



販売会場(サイアムパラゴン)の様子

【ウェブサイト】 <http://www.osk-shiitake.or.jp/>

宮崎県森林組合連合会（スギ製材品等を中国、韓国へ）

「宮崎スギ」を健康的で環境にやさしい高級品としてブランド化。

海外での宮崎県産材の需要拡大を目指し、中国、韓国への輸出促進に取り組み、これまでに原木のほか、店舗や福祉施設の内装材用の製材品も輸出している。

これまでの輸出量 (平成15年度～)	中国向け 原木	750 m ³	内装15件
	韓国向け 原木	7,500 m ³	



スギ内装展示場(上海市内)

【販売戦略、工夫した点等】

- 中国において、県産スギ材の商標を登録し、ブランド化。
- 住宅の設計プランを掲載したカタログを作成し、スギを利用した内装の展示室を設置。
- 現地でのスギ材の加工指導、展示・商談会等を実施。

【ウェブサイト】 <http://www.moritohito.or.jp/>

ＪＡ宮崎経済連（農産物をシンガポール、香港、台湾へ）

ＪＡ宮崎経済連では、関係機関・団体と連携し、東アジアを主体に、海外における販路拡大に取り組んでいる。平成２１年度は、新たに台湾への輸出を開始するなど、輸出拡大対策の強化を図った。



シンガポール伊勢丹フェア



香港ジャスコフェア



台湾SOGO宮崎フェア

輸出量実績 平成２１年度 １４６トン

主な輸出品目 かんしょ、たまたま（完熟きんかん）、アールスメロン等

【販売戦略、工夫した点等】

海外の取引先と国内外での商談を行うことで、パートナーシップの強化と取引の拡大を推進。

青果物及び加工品の「宮崎フェア」を定期的を開催して、マネキンによる試食宣伝販売の実施等により、県産青果物等の味や品質をＰＲ。

【輸出によるプラスの効果等】

定番商品のかんしょに加え、新たに完熟きんかんなど、本県の特長ある青果物の取引が拡大。

畜産品等についても、輸出拡大に取り組んでおり、ＪＡグループ宮崎として、総合的輸出事業に対する共通認識の醸成が図られ、販売促進の総合展開に向けた基盤が強化されつつある。

【ウェブサイト】 <http://www.kei.mz-ja.or.jp/>

鹿児島県 日本木造住宅輸出協会（木造在来軸組住宅等を韓国へ）

産直住宅という形態で、かごしま材の家（木造在来軸組住宅）や竹炭ボード等の輸出に取り組んでいる。

これまでの輸出量（平成16年度～） 韓国向け 住宅21棟、竹炭ボード約18,000㎡、
原木約300㎥他製材品



【販売戦略、工夫した点等】

- 木造住宅の建築がほとんどない韓国において、木材を輸出するのではなく、住宅をまるごと輸出することに着目し、製材品の輸出と大工の派遣をセットとして取り組む。
- 韓国大手建設会社のマンションに、かごしま材の内装材や鹿児島県産竹炭ボードを使用したモデルルームを設置。

鹿児島県特産品協会（県産農水産物等を香港、シンガポール等へ）

鹿児島県特産品協会は、平成元年から、香港、米国（ロサンゼルス）でのアンテナショップ設置等を通じて、県産品の海外販路開拓に取り組んでいる。

この結果、鹿児島県産のさつまいも・カボチャが香港に、茶が香港、ドイツ等に、牛肉が香港、アメリカ、シンガポールに、黒豚が香港、シンガポールに輸出されており、ブリやカンパチが北米、香港、シンガポールなどに広く輸出されるようになった。

また、さつま揚げや焼酎等加工食品がアメリカのほか、香港、上海、シンガポール等に輸出されており、今後も海外市場における県産品の知名度向上と販路拡大に取り組むこととしている。



香港での食フェアの開催



シンガポールバイヤーとの商談

【販売戦略、工夫した点等】

- 輸出量の増大と新規有望品目を選定するため、消費者嗜好の把握や価格の店頭調査を実施（台湾、上海）
- 県産品の需要拡大と新規商品の取引拡大を図るための鹿児島食フェアの開催（香港、シンガポール）
- 量販店バイヤーや小売・飲食店関係者との商談会及び意見交換会の開催（香港、シンガポール、台湾、上海）
- 海外量販店バイヤーの招聘と、産地商談会、セミナーの開催（香港、シンガポール、台湾、上海）
- 日本食レストランなど業務店を対象にした商談会等の開催（香港、シンガポール）

【輸出によるプラスの効果等】

- 本県からの輸出品目（黒牛、黒豚、ブリ、カンパチ、さつまいも等）の定着と増大。

【ウェブサイト】 <http://www.k-p-a.jp/>

鹿児島県 東町漁業協同組合（養殖ブリを米国、台湾、香港、EUへ）

養殖ブリのラウンドやフィレを、和食レストラン等の寿司ネタ、刺身商材として輸出。
肉質だけでなく、安全性、鮮度保持性、美味しさ、栄養性など総合的に良いものとして提供。

平成10年 加工場HACCP認証

平成15年 対EU水産物輸出施設認定

平成16年 かごしまのさかなづくり推進協議会が「かごしまのさかな」ブランドとして認定



東町漁協高付加価値工場施設



アメリカ向けブリフィレ

平成21年 輸出量442トン、生産に占める輸出割合 約10%

【販売戦略、工夫した点等】

- 海外のシーフードショー、食品見本市などに出展してPR。
- 平成17年に、オリジナル飼料を開発。稚魚から出荷まで一貫生産を行い、種苗、いけす、餌、病気の管理等、品質管理を徹底している。

【輸出によるプラスの効果等】

- 加工場がHACCP認定を受けているため、国内向け加工品についても徹底した衛生管理を行っており、その結果、信頼を得ている。

【ウェブサイト】 <http://www.azuma.or.jp/>

鹿児島県 垂水市漁業協同組合（養殖カンパチを米国、上海へ）

養殖カンパチのフィレを和食レストラン等の寿司ネタ、刺身商材として輸出。
安全性、鮮度保持、美味しさなど総合的に良いものとして提供。
平成16年7月、「かごしまのさかな」ブランドとして認定。



垂水市漁協魚加工場



カンパチ炙りロイン

平成21年度 輸出量 6,640kg
加工に占める輸出割合 約0.47%

【輸出のきっかけ】

農林水産物等輸出促進事業により、ドバイ、香港を訪問し、販路開拓を図った。

【販売戦略、工夫した点等】

急速凍結機を導入し、冷凍しても刺身で食べられて、しかも美味しいことをPRした。

【輸出によるプラスの効果等】

輸出に取り組んで間もないため、まだ効果は少ない。しかし、これから輸出することで、価格維持を図りたい。

【ウェブサイト】 <http://www.tarumizugyokyou.com/>

(株)沖縄県物産公社、(有)山元商店 (沖縄産野菜・果実を香港等へ)

- ・(株)沖縄県物産公社は、平成20年から青果卸(有)山元商店が扱う沖縄産農産物を香港、シンガポールへ輸出。
- ・日系量販店で常設販売されているほか、沖縄料理店へ提供されている。

平成21年度輸出量:10.2トン

主な品目:ゴーヤー、トマト、ミニトマト、なす、きゅうり、オクラ、スイートコーン、
パインアップル、パッションフルーツ、フルーツパパイア



香港の量販店における販売状況



沖縄県産農産物のブランドマーク

【販売戦略、工夫した点等】

- ・沖縄県委託事業を活用し、平成18年度から香港における市場調査、人材育成、プロモーション活動を実施。
- ・沖縄フェアの開催、試食販売、レシピ集の提供等を重ねることにより、量販店で定番化されるなど着実に販路を開拓。
平成21年度は、海外量販店にて10回プロモーションを実施。
- ・平成21年10月から那覇空港における国際貨物基地事業(ハブ化)の開始により、香港へ直行の貨物便が就航。輸送時間の短縮により、鮮度面で差別化が図られている。
- ・沖縄産農産物のさらなる認知度の向上及び物流コストの低減が課題。

【ウェブサイト】(株)沖縄県物産公社
<http://www.washita.co.jp>

(株)沖縄県物産公社、(資)瀬底養鶏場 (鶏卵をシンガポールへ)

(株)沖縄県物産公社が、(資)瀬底養鶏場で生産された鶏卵を航空輸送(沖縄 関空 シンガポール)し、現地日系量販店への販売を行っている。

出荷3日後には現地店頭での販売が可能となるため、生食でも安心して食べられる卵として、主に現地日本人向けに展開している。



平成21年度 輸出量 5,166kg 輸出額 4,004千円



現地量販店での販売状況

【販売戦略、工夫した点等】

- ・定期的なフェア等により販売ルートを確認
(株)沖縄県物産公社は、シンガポールで定期的に沖縄フェアの開催等を行うことにより、販売ルートを確認。
- ・高付加価値化、ブランド化の取組
航空輸送により鮮度を保持し、生食でも安心して食べられる鶏卵として地元産との差別化を図っている。

【輸出によるプラスの効果等】

- ・国内相場に左右されない安定的な価格での取引先を確保。

【ウェブサイト】 (株)沖縄県物産公社
<http://www.washita.co.jp>

沖縄県 瑞泉酒造(株) (泡盛をアメリカ、香港等へ)

- ・平成14年にニューヨークへ輸出を開始し、現在は香港、シンガポール、中国等12カ国へ出荷。
- ・主に現地の日本食・沖縄食レストランにて提供。
- ・香港では、甘みがあり飲みやすい黒糖梅酒が好評。



平成21年度の出荷量 対前年比33%増加



量販店、飲食店におけるプロモーションの様子



【販売戦略、工夫した点等】

- ・平成14年にニューヨークの現地販売代理店を確保し、本格的に輸出を開始。
- ・海外進出は長期的な取組が必要であるという認識に基づき、現地での販売促進活動を継続的に行った結果、着実に取引先を開拓。
- ・食事中に飲酒の習慣がない香港では、飲食店で商品の説明、試飲を行うことにより、泡盛の知名度向上を図っている。

【平成21年における取組、今後の動き】

- ・平成21年4月にマカオ、9月にブラジルへ新たに出荷。
- ・香港の量販店においてプロモーション活動を展開、中国(上海)において試飲商談会へ参加し、泡盛の普及、認知度の向上に努めた。
- ・平成22年度は、引き続き香港、中国を重点に販促活動を行うとともに、新たにロシアへ出荷予定。

【ウェブサイト】 <http://www.zuisen.co.jp/>

沖縄県 (株)黒糖本舗垣乃花 (黒糖・加工黒糖を香港、台湾、韓国へ)

平成7年に台湾へ、平成10年から香港への輸出を開始。日系量販店で粉末黒糖、黒糖菓子を販売するほか、レストラン、菓子工場などの業務筋へ原料を提供している。

平成21年度輸出額 約1,000万円

【販売戦略、工夫した点等】

- ・香港への本格的な輸出は平成20年から。黒糖菓子のほか粉末黒糖の需要も多い。沖縄県事業等を活用し、香港での商談会に積極的に参加。販路を着実に確保している。
- ・台湾向けについては、近年、現地や外国産の黒糖商品と競合。安全性・高品質を全面に出し、差別化を図っている。平成22年から韓国へ輸出を開始。

・今後は現地のニーズに合った商品開発に取り組むこととしている。

【ウェブサイト】 <http://www.kakinohana.co.jp/index.jsp>



輸出商品の一部

沖縄県 琉球黒糖(株) (黒糖・加工黒糖を香港へ)

平成20年に営業担当を香港へ派遣、現地の卸業者と同行営業を重ねる。

日系及び現地の量販店で黒糖菓子を販売するほか、パンの原料として黒糖を供給。

平成21年度輸出額 2,000万円

【販売戦略、工夫した点等】

- ・平成20年に沖縄県事業を活用し、営業担当を香港へ派遣、現地での販促活動を開始。現地の卸業者に同行し営業活動を重ねることにより、信頼を得ている。
- ・日系及び現地の量販店で販売する小袋の黒糖菓子が主力商品。このほか、日系及び現地のパンメーカーへ原料を供給し、「黒糖蒸しパン」として販売されている。



輸出商品の一部

日本木材輸出振興協議会（丸太、木製品等を中国、韓国へ）

日本の国産材の良さをPRし、中国及び韓国への丸太、木製品、木造住宅の輸出を、ビジネスレベルに高めるための取組。

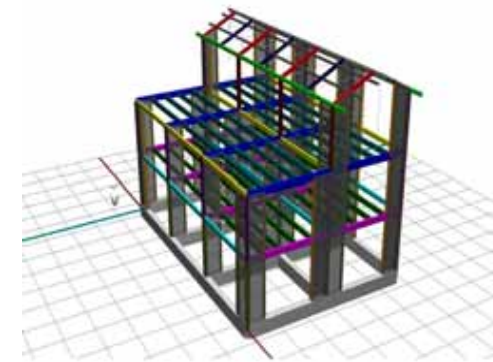
- 「2009上海国際木造エコ住宅博覧会」において、国産材製品を出展し、国産材、国産材製品の認知度を向上させるとともに、中国バイヤーをターゲットとしたマッチング商談会、意見交換会、国産材モデルハウス見学会、専門家によるセミナーを開催した。
- 最近の世界における木材需給や市場動向、商品開発と販路の開拓をテーマに、国内事業者向けの輸出促進セミナーを開催した。
- 「農林水産物等輸出課題解決対策事業」を活用して、中国の基準とニーズに対応した「国産材を使った集成材軸組のタイプ別等の輸出仕様」を開発し、これらの結果を報告書にまとめ、国産材の輸出に取り組む事業者などに配布するとともに、事業実施報告会を開催した。



上海国際木造エコ住宅博覧会
ジャパンパビリオン



中国 日本業者マッチング型の商談会



3階建集成材軸組の
輸出仕様例の鳥瞰図

【ウェブサイト】 <http://www.j-wood.org/>

各道県輸出促進協議会等一覧

北海道農畜産物海外市場開拓推進協議会	011-232-6105	兵庫県農林水産物・食品輸出促進協議会	078-362-9193
青森県農林水産物輸出促進協議会	017-734-9574	和歌山県農水産物・加工食品輸出促進協議会	073-441-2813
いわて農林水産物輸出促進協議会	019-629-5731	島根県農林水産物輸出連絡会	0852-22-5632
宮城県食品輸出促進協議会	022-211-2814	おかやま農産物輸出促進協議会	086-232-2358
(社)秋田県貿易促進協会	018-896-7366	やまぐちの農水産物需要拡大協議会輸出促進部会	083-933-3556
山形県農林水産物・食品輸出促進協議会	023-630-2316	徳島県農林水産物輸出促進協議会	088-621-2409
福島県貿易促進協議会	024-521-7326	えひめ愛フード推進機構	089-912-2569
群馬県農畜産物等輸出推進機構	027-226-3129	高知県農産物輸出推進協議会	088-821-4806
埼玉農産物輸出促進協議会	048-830-4107	福岡県産品輸出促進協議会	092-643-3525
千葉ブランド農水産物・食品輸出協議会	043-271-4100	佐賀県農林水産物等輸出促進協議会	0952-25-7094
山梨県果実輸出促進協議会	055-223-3553	長崎県水産物海外普及協議会	095-824-3624
長野県農産物等輸出促進協議会	026-235-7216	熊本県農畜産物輸出促進協議会	096-328-1109
しずおか農林水産物海外市場開拓研究会	054-221-2808	ブランドおおいた輸出促進協議会	097-506-3627
新潟県農林水産物輸出研究会	025-280-5963	みやざき農水産物海外輸出促進協議会	0985-26-7127
福井県産農産物等輸出促進研究会	0776-20-0422	鹿児島県輸出食品振興連絡協議会	099-286-3177
岐阜県農林水産物輸出促進協議会	058-276-5431	鹿児島県木造住宅輸出協議会	099-286-3366
あいちの農産物輸出促進会議	052-954-6416		

お問合せ先

農林水産省 国際部 輸出促進室	03-3502-3408
北海道農政事務所 企画調整グループ	011-642-5433
北海道開発局 開発監理部 開発調査課	011-727-3005
東北農政局 生産経営流通部 農産課	022-221-6179
関東農政局 生産経営流通部 農産課	048-740-0151
北陸農政局 生産経営流通部 農産課	076-232-4302
東海農政局 生産経営流通部 農産課	052-223-4622
近畿農政局 生産経営流通部 農産課	075-414-9021
中国四国農政局 生産経営流通部 農産課	086-224-9411
九州農政局 生産経営流通部 農産課	096-353-7382
沖縄総合事務局 農林水産部 農政課	098-866-1627

本資料はインターネットからダウンロードできます。

農林水産省HP 国際 農林水産物等の輸出促進対策

<http://www.maff.go.jp/j/export/>