

GFP北海道輸出セミナー& マッチング in 帯広

北海道・帯広からの 輸出拡大のポイント

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

アクセンチュア株式会社
ビジネスコンサルティング本部

小栗 史也

GFP北海道輸出セミナー&マッチングのコンセプト

産地掘り起こし・輸出機運の醸成・商談機会の創出を目的としたセミナーを開催し、国内外の商社・バイヤーを招いた個別/グループ商談会・交流会を実施予定。

セミナー



新たな輸出産地の掘り起こし・各地の輸出機運醸成

- 輸出を取り巻くトピック・支援メニューの解説を実施
- 北海道からの先進輸出事例の紹介を実施

個別/グループ商談会



バイヤーの道産品ファンづくり・成約に繋がる“新たな商談会”

- 商社・海外バイヤーを招へいしつつ、成約に繋がるマッチング・ディスカッションを実施
- グループ商談と個別商談を組み合わせて実施

交流会



国内外の商社・バイヤー・シェフ等を招いたメニュー検討

- 持参頂いた産品をその場で試食しながら、取扱に向けたメニュー検討・展開方法を検討
- 多様な参加者間でのコラボレーションを創出

輸出熟度に応じたマッチング ～旭川イベントの事例

輸出にこれから取り組む事業者様等はグループ商談を実施して、事務局サポートの元での事業者連携での商品提案・コラボ企画検討を実施。

グループ商談



- 輸出未経験者等は、弊社ファシリテートの元、複数事業者で連携したバイヤーへの商品提案・コラボレーション企画を議論

個別商談



- 熟度が高く、“相思相愛”のマッチングに関しては、個別商談をセットして、詳細な商品紹介・バイヤーとの輸出条件の詰めを実施

GFP北海道輸出セミナー&マッチング in 帯広

登壇事業者様

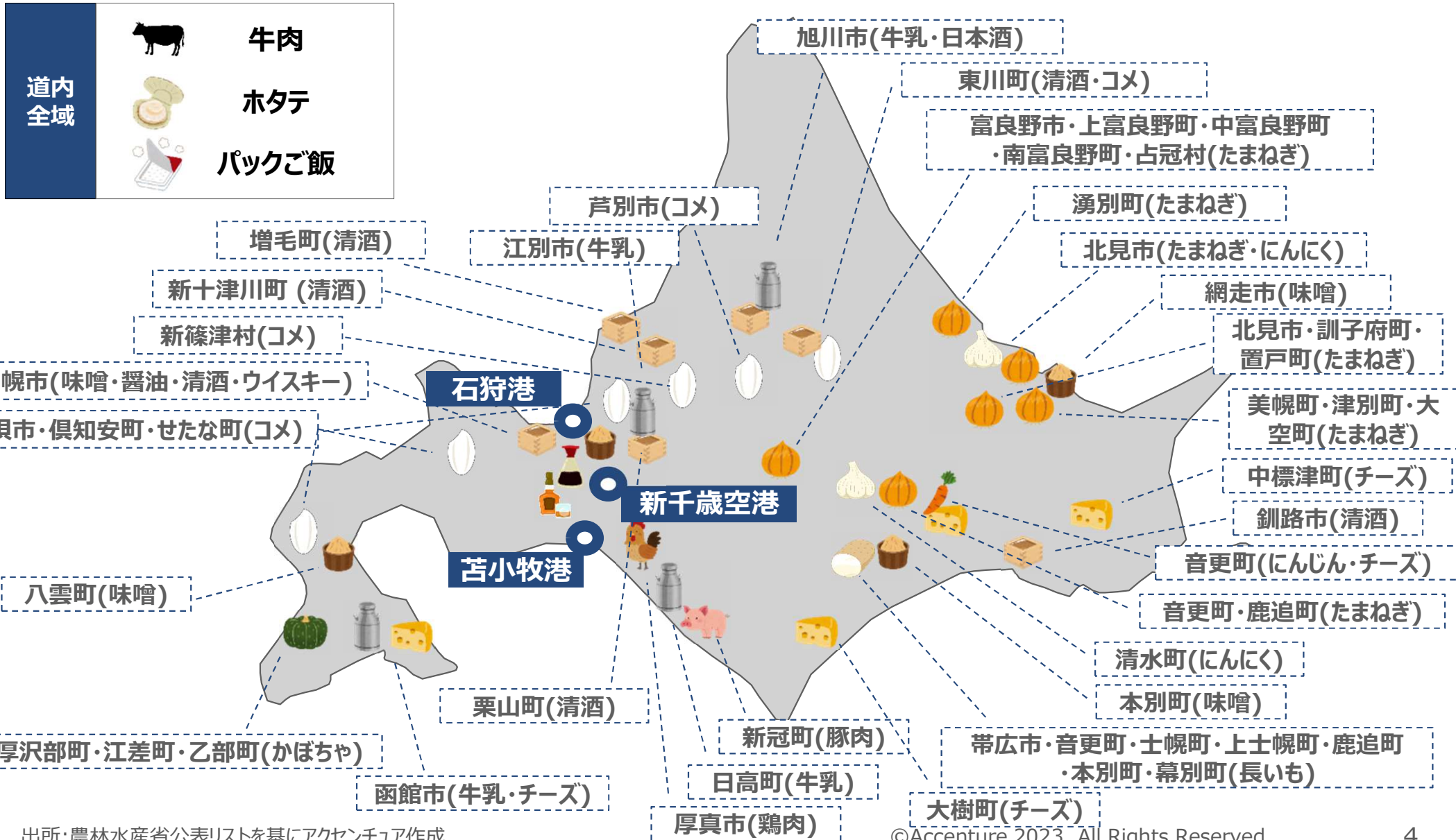
- 勝毎ホールディングス
(森のスパリゾート北海道ホテル)
- 十勝清水町農業協同組合
- グリーンス北見
- 国分北海道
- プライム・ストリーム北海道
- 九州農水産物直販

参加バイヤー様

- 国分北海道
- プライム・ストリーム北海道
- 北海道物産トレーディング
- 九州農水産物直販
- 四洲集団

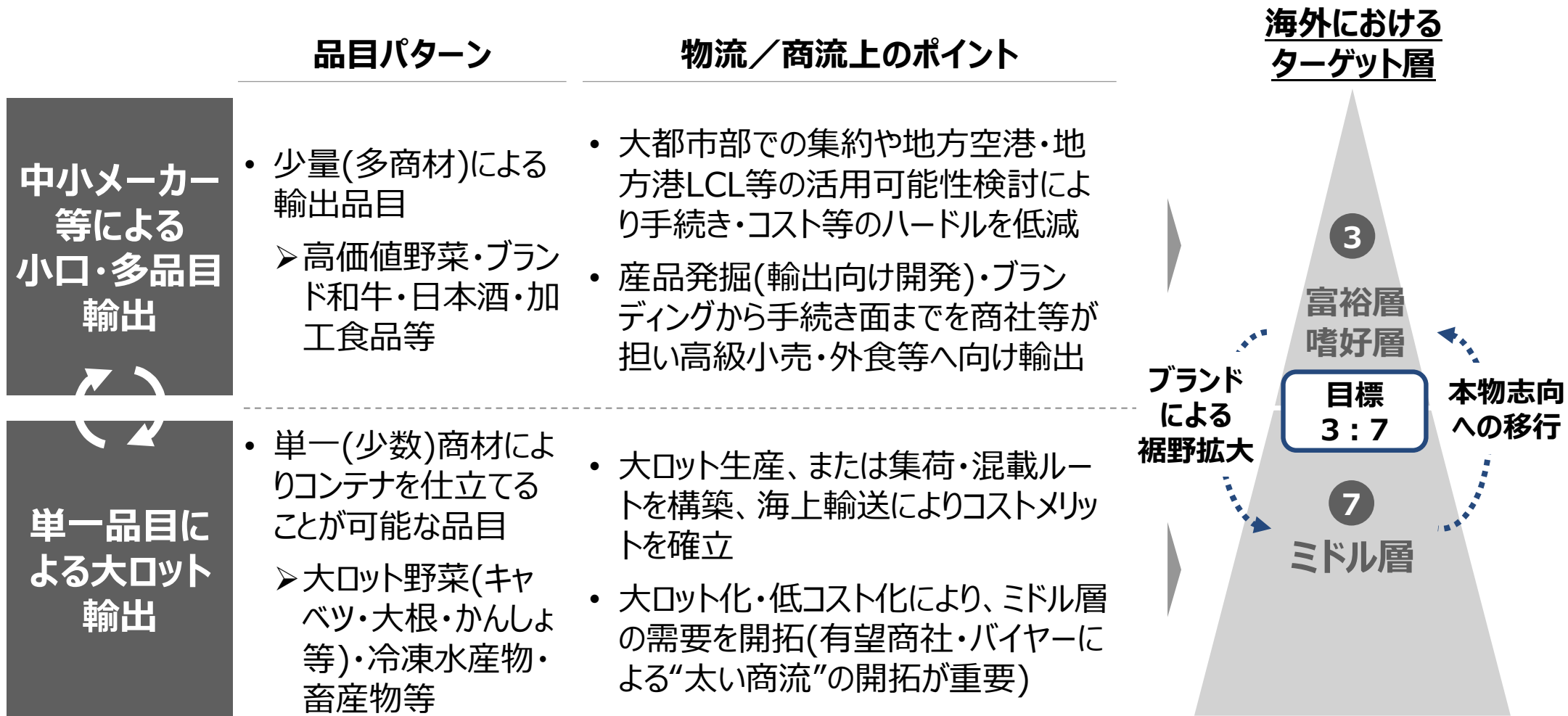
(参考) 道内輸出産地の所在状況

北海道からは全11品目35産地64事業者が輸出産地リストに掲載されており(令和3年12月時点)、道内全域にわたって産地が数多く所在している。



大ロット・小ロット両輪による輸出拡大

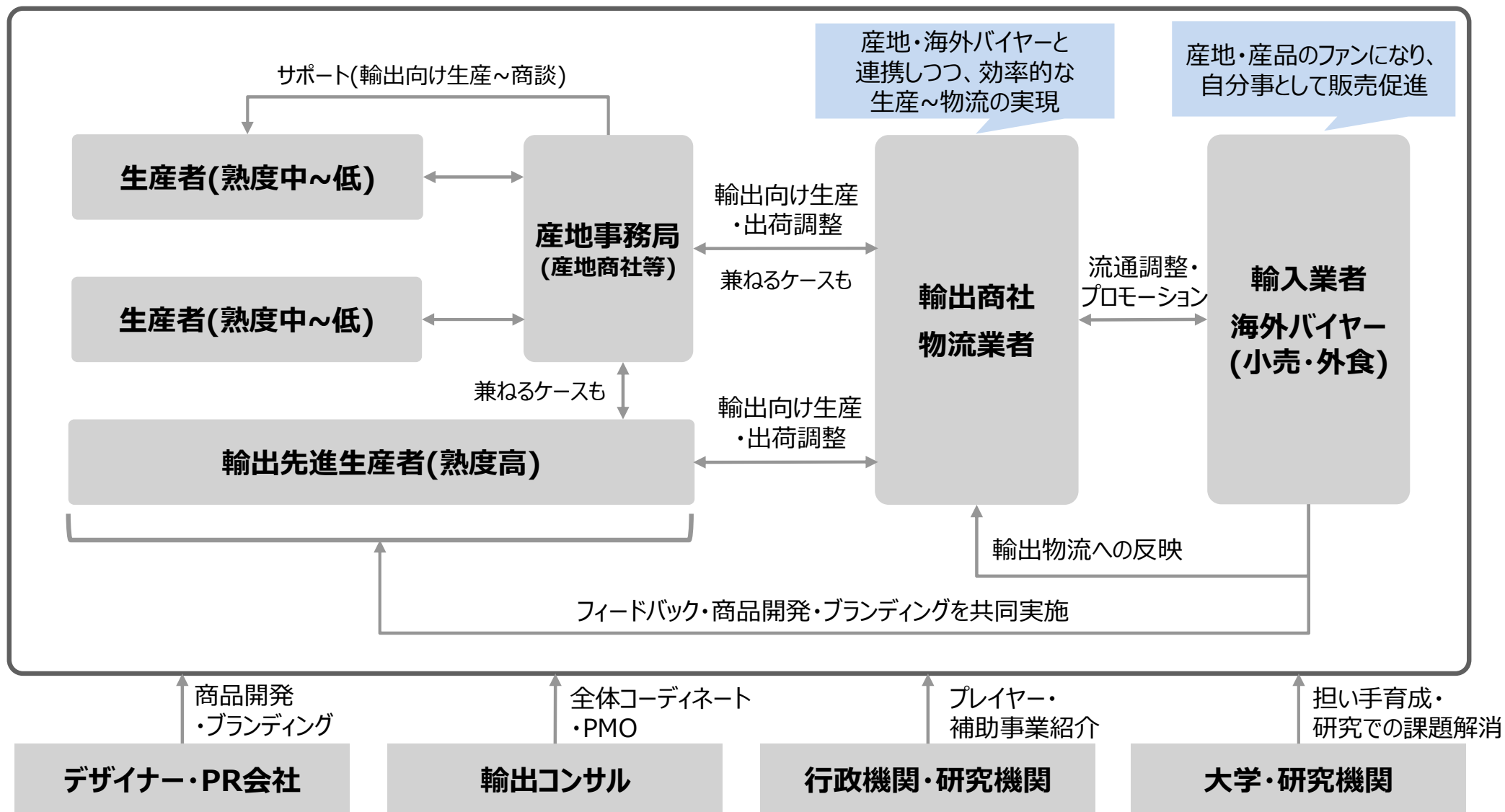
富裕層・嗜好層向けの小ロット輸出を支えるとともに、コストメリットを確立・ミドル層向けの市場開拓と並行した大ロットの輸出商流・物流を構築。



小ロット・大ロット両面での輸出ルート構築を推進、相乗効果による輸出拡大を図る

輸出における“チームづくり”の重要性

“出口”となる海外バイヤーを含めたチームづくりを行うことで、海外ニーズを生産・流通へ反映できる仕組み・コーディネートする商社・輸出コンサル等の存在も重要。



輸出における“チームづくり”事例 ～鹿児島ブリ・カンパチ輸出

海外バイヤー・国内商社・水産養殖/加工業者がチームを組み、行政・コンサルが視察・議論の場をコーディネートすることで、現地ニーズに合った商品開発を推進。

海外(台湾)バイヤー・国内商社が水産養殖・加工業者とチームング
2日間行程で視察・試食・討議を一気通貫で実施しPB開発を目指す

生産現場視察



加工場視察・試食



行政・コンサル交えた討議



- 主要原料魚種の養殖現場にて水揚げ・給餌の様子等を視察
- 品質向上・環境負荷低減・食の安心安全性担保に係る工夫等、生産のこだわりを体感

- 加工場内を案内いただき規模・設備スペックを確認
- 既存商品/サンプル品の試食も行い異なる味付けの可能性等をメーカーと意見交換

- 産地・メーカーの前では言いにくかった意見含め率直に討議
- 原価率を下げる工夫等、商社・行政が一体で協議する必要がある事項を詰める

輸出商社/海外バイヤーを巻き込んだ“新しい商談会”

商社/海外バイヤーを巻き込んで現地ニーズ起点での商品PR・メニュー検討を共創する形の“新しい商談会”を実施することが、道産品の“自分ごと”化を促す。

バイヤー招聘・ワークショップ・商談



メニュー提供・試食
(レストラン・テストキッチン)



ワークショップ
(メニュー・ブランディング検討)



産地紹介
(産地ツアー・視察アレンジ)



連携

GFP北海道
支援チーム

新たな商品発掘・取扱検討

輸出メニュー開発・試食

ライブコマース・SNS発信



バイヤー・シェフ
インフルエンサー



バイヤーの北海道ファンづくり・“自分ごと”としての
商品開発～販売促進、海外消費者への発信

北海道ブランドの高い評価

北海道ブランドに対する海外事業者の引き合いは強く、商品だけでなく地域ブランド・ストーリーの訴求もプロモーションの要諦。

事業者ヒアリング結果

- 食にこだわりを持つ香港人は、“**本物**”の商品を好む。その為、**地域ブランド**を持っている商品は人気が高い
- 例えば、**北海道アイスクリーム**や**北海道ほたて**、**北海道スイートポテト**、**沖縄黒糖**、**京都抹茶**

外資系卸売業者(日本法人)

- 日本の各地域の“**ご当地感**”のある商品を現地小売は期待している
- 「**北海道産**」という地域ブランドは香港でも強いと感じている。特に**北海道産牛乳**は人気である

輸出商社

- 商品売るのではなくストーリーを売った方がよい (Don't sell a product, sell a story)
- **北海道**や**沖縄**、**福岡**等、香港人が旅行へ行き、食のイメージが強い産地の商品は“**美味しい**”というイメージもあり人気が高い

現地系スーパー(展開国：香港・台湾等)

- “**ご当地商品**”は積極的に取り扱っており、特に北海道は**北海道コーナー**を設けているため、コーナー向け商品を探している
- 富士山関連商品や**北海道**・**沖縄**の原料を活用した加工食品や店舗で最終加熱する各地の名物商品を使った加工品もニーズ高い

日系スーパー(展開国：シンガポール・香港等)

十勝・帯広・道東エリアのポテンシャル

- 青果物(特に野菜)・スイーツ・水産物(ホタテ・うに・いくら等)・畜産物等海外ニーズの高い品目が多く、大ロット生産・輸出が可能な“日本の食料基地”
 - 青果物は、JA川西・大正・十勝清水をはじめとしてJAが積極的に輸出を牽引（ながいも・たまねぎ・かぼちゃ・にんにく・にんじん・ゆり根・スイートコーン等）
 - スイーツは複数メーカーが連携した“スイーツクラスター”での取組が有望
- ブランドが確立している“北海道”に上乘せするブランドとして、“十勝”ブランドで更なる相乗効果が期待できる
- 北海道ホテルを拠点とした海外バイヤーの招へい・インバウンド連携・海外向けメニュー開発等に期待
- 十勝・帯広エリアとして、青果加工品・フードテックをはじめとした食のイノベーション拠点化、“サウナ飯”としてのプロモーション等も有望

道産野菜を活用したメニュー提案

道産野菜の輸出拡大に向けては、ローカルシェフと連携して日本産の強みが活かせる現地メニューへの活用・試食と生産者による産地ストーリーのプレゼンを実施。

GFPシンガポールイベントでの提供メニュー(2/9)



- 現地ローカルシェフと連携した上で、日本産野菜の強みが活かせるメニュー(イタリアン・中華料理)を共創・提供：カルパッチョサラダ、话梅小番茄、四川泡大根、鍋メニュー等
- 日本の生産者・商社によるプレゼンを通じて産地ストーリーを訴求：ローカルバイヤー・レストランシェフからは多くの引き合いを頂き、今後の輸出拡大に繋げる
- シンガポールではサラダ店やヴィーガンレストランが拡大しており、販路拡大の好機

和菓子・スイーツに関する有望性

ローカライズ(“和と洋の中間”)による大ロット輸出の方向性に加え、北海道ブランドを活かしたスイーツのアジア圏輸出が有望。冷凍輸出も可能。

	訴求要素	品目例	ターゲット国	輸出拡大の方向性
輸出ロット 大 ↑ ↓ 小	“ローカライズ” (和と洋の中間)	<ul style="list-style-type: none"> どらやき・大福 <ul style="list-style-type: none"> ➢ チーズ・クリーム・抹茶味等も人気 もちアイス 日本風月餅 	<ul style="list-style-type: none"> 米国 アジア圏 	<ul style="list-style-type: none"> 現地系小売(PB商品)・大手EC(特に中国)・外食/中食チェーン開拓 コーヒー/抹茶ラテと連動したカフェ向け和菓子提案 現地消費者の嗜好性に合った定期的な新商品投入
	“地域ブランド・安心/安全・品質/味の良さ”	<ul style="list-style-type: none"> 冷凍ケーキ(北海道産等) バームクーヘン カステラ 	<ul style="list-style-type: none"> 中国 ベトナム マレーシア 	<ul style="list-style-type: none"> “北海道産”をはじめとした高品質な原材料による「地域ブランド」訴求 アジア圏の健康志向層への安心・安全面の訴求
	“日本らしさ・本物/伝統”	<ul style="list-style-type: none"> 伝統的和菓子 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 大福・饅頭 ➢ くずもち ➢ ゼリー菓子等 	<ul style="list-style-type: none"> 米国 中国 香港 シンガポール 	<ul style="list-style-type: none"> 春節等を中心とした中華系消費者の贈答用需要向け提案 食以外も含めた、複数品目セットでのプロモーション・日本文化の認知向上 黒蜜きな粉味・桜風味等は独自性があり、現地ニーズも高い

道内港湾の活用に向けた方向性（例）

既存の小口混載事業の活用に向けた議論から、荷量の確保を安定化・必要なインフラを整備するための事業者間連携を促進。

小口混載支援事業の活用を端緒とした事業者間の連携の推進

活用港

苫小牧港

品目

ホタテ・野菜・コメ・冷凍食品・牛乳/乳製品

方向性

- 小口混載事業の利用拡大促進
 - PR強化、事業者ネットワークの構築等
- 商社の育成・試験的輸出に向けた支援(PR補助等)
- 輸出量を考慮した冷凍/冷蔵倉庫の更なる拡充
- 港湾までのサテライト拠点設置等、道内物流の効率化

輸出に関心のある皆様
GFPへの登録・事務局へのご連絡を
お気軽にお願いします！



こんな方にGFPは最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じた成約事例も続々と出ています！

登録
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>
agri_exportation_jp@accenture.com

